



HELANE FERNANDES PIMENTA **DIFERENÇAS DE GÉNERO NA PROCURA DO
TURISMO EM ESPAÇO RURAL**



HELANE FERNANDES PIMENTA **DIFERENÇAS DE GÉNERO NA PROCURA DO
TURISMO EM ESPAÇO RURAL**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Doutora Elisabete Maria Melo Figueiredo, Professora Auxiliar do Departamento de Ciências Sociais, Políticas e do Território da Universidade de Aveiro.

Dedico este trabalho ao Rogério e à minha mãe Jozeneide, pelo incansável apoio.

o júri

presidente

Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
Professora auxiliar convidada da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Sílvia Margarida Violante Portugal Correia
Professora auxiliar da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra

Prof. Doutora Elisabete Maria Melo Figueiredo
Professora auxiliar da Universidade de Aveiro

agradecimentos

A Deus - a razão da minha existência.

Aos meus familiares que – mesmo estando distantes – se encontram sempre comigo em todos os momentos da minha vida: alegraram-se comigo nos momentos mais felizes e sofreram comigo nos momentos mais angustiantes.

Aos amigos – de longe e de perto – que colaboraram de forma direta ou indireta e estiveram sempre *na torcida* pela minha vitória.

Ao Rogério por ter estado presente em todas as fases deste trabalho, pela sua sabedoria, dedicação e compreensão, sem as quais seria impossível concretizar este sonho.

À minha orientadora científica – Professora Doutora Elisabete Figueiredo, pela sua orientação que foi imprescindível para o desenvolvimento desse trabalho.

Ao Professor Doutor Jean Henrique Costa pelo seu apoio no decorrer deste trabalho, pela amizade e pela disponibilidade constante.

À Doutora Celeste Eusébio, Doutora Ana Almeida e Diana Valadares, pelos seus auxílios.

À Central Nacional do Turismo no Espaço Rural (CENTER) pela disponibilidade e colaboração.

A todos os turistas que colaboraram neste trabalho.

palavras-chave

Diferenças de género, turismo rural, procura turística, oferta turística.

resumo

Na sociedade atual, o contributo do turismo para a promoção e para a dinamização da cultura e das economias locais e/ou nacionais têm fomentado diversas reflexões.

Nessa linha, esta investigação propôs-se analisar as diferenças de género na procura e no usufruto turístico no espaço rural face à oferta existente.

Trata-se de um estudo de caso e a amostra de pesquisa abrangeu trinta e nove alojamentos de turismo rural, localizados nas aldeias de Branda da Aveleira, Cabração, Castro Laboreiro, Germil, Lindoso, Sistelo e Soajo. Estas encontram-se inseridas na sub-região do Minho Lima e pertencem aos concelhos de Ponte de Lima, Ponte da Barca, Arco de Valdevez e Melgaço, sendo comercializadas pela Central Nacional de Turismo no Espaço Rural – CENTER, com sede em Ponte de Lima.

A metodologia utilizada constituiu na revisão da literatura (ao longo do processo) e num estudo empírico. Nesse sentido, foi delineado um processo de operacionalização dos conceitos para elaboração dos inquéritos por questionário. O tratamento da informação recolhida constituiu na utilização de procedimentos estatísticos descritivos.

Os resultados mostraram que a oferta turística no espaço rural ainda é emergente, seja no que diz respeito aos profissionais (ainda) pouco qualificados, seja na diversificação da própria oferta. No entanto, no que se refere a prática das atividades pelos turistas, percebeu-se que há uma tendência cada vez maior para a prática de todas as atividades oferecidas tanto por homens quanto por mulheres.

keywords

Gender differences, rural tourism, tourism demand, tourism supply.

abstract

In today's society, the contribution of tourism to the promotion and the boost of culture and local and/or national economies has generated several reflections. Therefore, this research was set out to examine gender differences in demand and in tourism enjoyment in rural areas compared to the existing supply. This is a case study and the survey sample covered thirty-nine rural lodgings, located in the villages of Branda da Aveleira, Cabração, Castro Laboreiro, Germil, Lindoso, Sistelo and Soajo. These are inserted in the sub-region of Minho Lima, belonging to the municipalities of Ponte de Lima, Ponte da Barca, Arco de Valdevez and Melgaço, being marketed by the Central Nacional de Turismo no Espaço Rural – CENTER, headquartered in Ponte de Lima. The methodology that was used consisted of the literature review (throughout the process) and an empirical study. Accordingly, a process was designed to operationalize the concepts for the preparation of survey using a questionnaire. The treatment of the information was made by the means of descriptive statistical procedures.

The results showed that tourism in rural areas is still emerging, either regarding the (yet) unskilled professionals, or the diversity of its own range. However, in what concerns the practice of activities by tourists, it was noticed that there is an increasing tendency of both men and women to practice all the activities offered by the rural tourism.

ÍNDICE

Índice	viii
Lista de Abreviaturas.....	xii
PARTE I – INTRODUÇÃO	13
Capítulo I – Introdução	13
1.1 Principais objetivos e contributos da investigação	13
1.2 Organização da dissertação.....	15
PARTE II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO	16
Capítulo II – Turismo no Espaço Rural: uma visão global.....	16
2.1 Introdução	16
2.2 Conceito de turismo	16
2.3 Conceito de turismo em espaço rural.....	20
2.4 Modalidades do turismo no espaço rural português	24
2.5 Oferta turística – perspetiva geral	26
2.6 Caracterização da oferta turística em espaço rural	28
2.7 Perfil da oferta turística em espaço rural	31
2.8 Caracterização da procura turística em espaço rural.....	33
2.8.1 Motivações da procura turística em geral e no turismo rural	33
2.8.2 Perfil da procura turística em geral e no espaço rural	36
2.9 Conclusão.....	38
Capítulo III – Questões de Género	39
3.1 Introdução	39
3.2 Diferenças de género no contexto biológico.....	39
3.3 Contexto social e cultural	41
3.4 Diferenças de género na sociedade atual	45
3.5 Relações de género e turismo no espaço rural.....	48
3.6 Diferença de género no âmbito da procura turística	51
3.7 Conclusão.....	54
PARTE III – ESTUDO EMPÍRICO.....	55
Capítulo IV - Hipóteses de Trabalho, Metodologia Desenvolvida e Estudos de Caso.....	55

4.1	Introdução	55
4.2	Objetivos.....	55
4.3	Hipóteses.....	56
4.4	Metodologia de investigação	57
4.4.1	Seleção e constituição das amostras	57
4.4.2	Método de elaboração e administração dos questionários.....	58
4.4.3	Método de análise para análise de dados	60
4.5	Aldeias turísticas da região do Minho Lima - estudo de caso	61
4.5.1	Caracterização demográfica e socioeconómica do Minho Lima	61
4.5.1.1	<i>Ponte de Lima</i>	64
4.5.1.2	<i>Ponte da Barca</i>	65
4.5.1.3	<i>Arcos de Valdevez</i>	66
4.5.1.4	<i>Melgaço</i>	66
4.5.2	Aldeias turísticas	67
4.5.2.1	<i>Aldeia de Cabração</i>	67
4.5.2.2	<i>Aldeia do Soajo</i>	68
4.5.2.3	<i>Aldeia de Sistelo</i>	69
4.5.2.4	<i>Aldeia do Lindoso</i>	69
4.5.2.5	<i>Aldeia de Germil</i>	70
4.5.2.6	<i>Aldeia de Castro Laboreiro</i>	71
4.5.2.7	<i>Aldeia de Branda da Aveleira</i>	71
4.6	Conclusão.....	72
Capítulo 5 – Análise e Discussão dos Resultados		73
5.1	Introdução	73
5.2	Caracterização das casas do turismo em espaço rural	73
5.3	Caracterização das atividades de animação turística oferecidas pelas casas.....	77
5.4	Perfil socioeconómico dos proprietários.....	80
5.5	Perceção dos proprietários na prática das atividades pelos turistas (homens e mulheres) face às atividades oferecidas.....	84
5.6	Caracterização sociodemográfica dos turistas	89
5.7	Caracterização das motivações e escolha do destino do TER	94
5.8	Caracterização da perceção dos turistas face à oferta.....	96

5.9	Perceção sobre as diferenças de género na prática das atividades turísticas	98
5.10	Atividades consideradas para jovens e adultos	104
5.11	Conclusão.....	106
PARTE IV – Conclusões		109
Capítulo VI - Conclusões e Recomendações		109
6.1	Conclusões finais	109
6.2	Principais limitações	113
6.3	Pista para investigação futura	114
Referências Bibliográficas		115
Apêndices.....		126
Apêndice 1 – Operacionalização dos conceitos		126
Apêndice 2 – Questionário aplicado aos turistas (em português)		133
Apêndice 3 – Questionário aplicado aos turistas (em inglês)		137
Apêndice 4 – Questionário aplicado aos turistas (em espanhol)		141
Apêndice 5 – Questionário aplicado aos proprietários (oferta)		145
Apêndice 6 – Paisagem das aldeias do estudo de caso.....		151
Anexos.....		154
Anexo 1 – Página inicial do site da CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural.....		154
Anexo 2 – Casas do Caso de estudo comercializadas pela CENTER		155
 ÍNDICE DE FIGURAS		
Figura 2.1 - Referência para definição do espaço rural europeu		22
Figura 2.2 - Classificação das Características das Áreas Rurais na Europa.....		23
Figura 4.1 - Mapa da região do Minho Lima e identificação das aldeias e casas de alojamentos.....		58
Figura 4.2 - Processo de Elaboração da operacionalização dos conceitos		59
Figura 4.3 - Mapa da Região do Minho e sub-regiões		61
Figura 4.4 - Principais ofertas turísticas no Minho Lima.....		63
 ÍNDICE DE TABELAS		
Tabela 5.1 - Localidade dos proprietários inquiridos		73
Tabela 5.2 - Classificação e caracterização das casas		75

Tabela 5.3 - Disponibilidade de atividades de animação turística pelos proprietários.....	77
Tabela 5.4 - Perceção dos proprietários sobre a necessidade de diversificação da oferta turística do TER.....	78
Tabela 5.5 - Perfil dos proprietários dos meios de hospedagens.....	81
Tabela 5.6 - Profissão, situação profissional e rendimento dos proprietários	82
Tabela 5.7 - Formação e tempo de trabalho dos proprietários no setor do turismo	83
Tabela 5.8 - Atividades mais praticadas/procuradas por homens, por mulheres e por ambos	84
Tabela 5.9 - Caracterização do nível de opinião dos proprietários sobre as diferenças de género na prática das atividades turísticas no TER	86
Tabela 5.10 - Caracterização do nível de opinião dos proprietários sobre as diferenças de género na oferta do TER.....	86
Tabela 5.11 - Caracterização do nível de perceção dos proprietários sobre o público feminino.....	88
Tabela 5.12 - Atividades praticadas/procuradas por homens sozinhos e mulheres sozinhas	88
Tabela 5.13 - Local de hospedagem dos turistas	90
Tabela 5.14 - Género, estado civil e faixa etária dos turistas	91
Tabela 5.15 - Local de residência dos turistas.....	91
Tabela 5.16 - Habilitações literárias, profissional e rendimento dos turistas	93
Tabela 5.17- Motivações e critérios para escolha do destino do TER	95
Tabela 5.18- Opinião dos proprietários sobre a necessidade de diversificação da oferta no TER.....	97
Tabela 5.19 - Atividades já praticadas e as que gostariam de ser praticadas	98
Tabela 5.20 - Atividades mais adequadas para homens, para mulheres e para ambos	100
Tabela 5.21 - Características que impedem, facilitam e indiferente à prática das atividades turísticas no TER	103
Tabela 5.22 - Atividades considerada pelos turistas como para jovens e para adultos.	104
Tabela 5.23 - Limitação física e psicomotora.....	106

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 2.1 - Perspectiva das motivações na procura turística	33
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS

ADRIL	Associação de Desenvolvimento Rural Integrado do Lima
ADRIL	Associação de Desenvolvimento Rural Integrado do Lima
APDR	Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional
ATA	Associação de Turismo de Aldeia
BTT	Bicicleta Todo Terreno
CCE	Comissão das Comunidades Europeias
CENTER	Central Nacional do Turismo no Espaço Rural
CITE	Comissão para Igualdade no Trabalho e Emprego
DGT	Direção Geral do Turismo
GENTOUR	Gender in Tourism
INE	Instituto Nacional de Estatísticas
LEADER	Ligação Entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural
OCDE	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Económico
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PENT	Plano Nacional do Turismo
PROT-NORT	Plano Regional de Ordenamento do Território do Norte
SIMPLEX	Simplificação Administrativa e Legislativa
TER	Turismo em Espaço Rural
TT	Todo Terreno
TURIHAB	Associação do Turismo de Habitação

PARTE I – INTRODUÇÃO

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

1.1 Principais objetivos e contributos da investigação

As diferenças de género na procura e no usufruto da oferta turística têm sido palco de múltiplos debates, uma vez que essas dinâmicas influenciam – de forma direta e indireta – as economias locais e/ou nacionais.

A temática em investigação não é inédita - e embora existam várias discussões no âmbito académico, social, político e empresarial - depreendeu-se que seria interessante analisar a relação entre a oferta turística no espaço rural e as diferenças de género na perspetiva da procura.

Julga-se importante compreender como é que essas diferenças se vêm *comportando* ao longo do tempo e – por isso – influenciando os aspetos social e cultural da sociedade atual. Contextualizando essas dissemelhanças ao turismo em espaço rural, faz-se sentido perceber como são estabelecidas as relações e as diferenças de género no âmbito da procura do TER.

No campo de ação do presente estudo é importante analisar as questões de género associadas ao turismo, a partir das perspetivas mercadológica e sociológica. A primeira baseia-se em duas premissas: (a) perceber que para efeito de competitividade empresarial é crucial que a oferta turística seja relevante, diversificada e oferecida de forma profissional; (b) perceber que a oferta não deve naturalizar o género, garantindo maior qualidade e maior competitividade no mercado turístico. Por seu lado, a contribuição sociológica mostra que – apesar das questões de género serem amplamente debatidas e considerando o seu enquadramento numa economia moderna - ainda são identificadas assimetrias em várias áreas da sociedade, inclusive no turismo. Isto pode querer significar que as desigualdades ainda são tendencialmente fortes, nestas se incluindo as atividades de lazer disponíveis no TER.

Assim, o principal objetivo desta investigação é analisar até que ponto existe diferenças de género na procura turística em espaço rural.

O tema desta dissertação abrange tanto a área do turismo rural, quanto a abordagem sobre as diferenças de género, dois temas tão discutidos na atualidade.

Nesse sentido, delinearão-se alguns objetivos específicos:

- Identificar as atividades turísticas *oferecidas* em espaço rural;
- Identificar as diferentes características de género na procura face à oferta turística em espaço rural (perceber as motivações de visita, os aspetos mais valorizados, as atividades mais praticadas por homens e por mulheres enquanto turistas em espaço rural);
- Compreender se as atividades *oferecidas* são diferenciadas e classificadas para homens e mulheres;
- Identificar a perceção da oferta sobre as diferenças de género na procura turística do espaço rural;
- Perceber se, na opinião dos turistas, existem diferenças nos serviços oferecidos pelos homens e pelas mulheres na oferta turística em espaço rural.

A metodologia utilizada foi baseada na revisão de literatura e num estudo empírico que abrangeu alojamentos turísticos nas aldeias: Branda da Avela, Cabração, Castro Laboreiro, Germil, Lindoso, Sistelo e Soajo, todas inscritas na sub-região do Minho Lima.

Para efeito, foram identificadas as hipóteses a partir da revisão bibliográfica e – consequentemente - foi delineado um processo de operacionalização dos conceitos para a elaboração dos inquéritos por questionário. Estes foram aplicados aos turistas e aos proprietários dos alojamentos que constituem a amostra, com a colaboração da Central Nacional do Turismo no Espaço Rural (CENTER).

A informação recolhida foi sujeita a análise descritiva, pelo que se utilizaram – preferencialmente - procedimentos estatísticos simples.

Portanto, entende-se que a abordagem proposta neste estudo pode ser (também) um contributo para o desenvolvimento das aldeias, das associações que comercializam o TER

na região do Minho Lima e para as empresas de animação turística, podendo identificar melhor as características da procura para – assim - melhor oferecer os seus serviços.

1.2 Organização da dissertação

O presente trabalho está dividido em quatro partes, cada uma delas constituída por capítulos.

Na primeira parte – constituída pelo capítulo um - apresenta-se a introdução, contextualizando a temática da dissertação, a definição dos seus objetivos e a sua relevância para o setor do turismo.

A segunda parte – constituída pelos capítulos dois e três - diz respeito à revisão da literatura. Aqui são explanados os conceitos fundacionais sobre *turismo* e *turismo no espaço rural* e as correlativas noções de *oferta* e de *procura* e apresentam-se as questões sobre as diferenças de género nos contextos biológico, social e cultural, analisando alguns aspetos dessas desigualdades na sociedade atual.

A terceira parte do trabalho integra os capítulos quatro e cinco. Apresenta-se a metodologia utilizada na recolha e no tratamento de dados, bem como se reporta os estudos de caso que integram as aldeias da amostra. Neste seguimento, expõe-se ainda a análise e a discussão crítica dos resultados obtidos no estudo empírico.

Na quarta parte da dissertação – capítulo seis - são apresentadas as considerações finais (cruzando as linhas teóricas com os resultados emergentes na fase empírica do estudo), limitações e sugestões futuras.

PARTE II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

CAPÍTULO II – TURISMO NO ESPAÇO RURAL: UMA VISÃO GLOBAL

2.1 Introdução

Historicamente, as viagens existem desde os primórdios da humanidade; a título ilustrativo recorde-se os povos nómadas - viajantes pedestres - que se deslocavam constantemente em busca da sua subsistência. As viagens assumiram – desde então – diversos contornos, fruto de diversas motivações e/ou objetivos e, de acordo com Cunha (2006, p. 35), “*o turismo, como atividade económica, é um fenómeno típico do século passado*”. Por seu lado, Ignarra (1999) sugere que - indiretamente - já existia turismo e respetiva classificação, uma vez que as grandes navegações exploratórias tinham motivações económicas, podendo ser entendido como *turismo de negócio*. Por sua vez, o *turismo religioso* era praticado através das cruzadas na Idade Média e o *turismo de saúde* também já existia: por exemplo, no Império Romano eram realizadas constantemente viagens às termas com objetivo de cura. Portanto, será extensivo a este capítulo o desenvolvimento dos conceitos de *turismo* e de *turismo em espaço rural* e de algumas incursões nas suas modalidades em território português, as suas características e o perfil da oferta do TER, bem como as características, as motivações e o perfil da procura do TER.

2.2 Conceito de turismo

Embora o turismo seja uma prática muito antiga, o campo das ideias sobre o fenómeno turístico ainda é recente, impreciso e controverso, não existindo uma definição consensual. Para esta abrangência conceptual contribuem os estudos principiados por áreas tão (aparentemente) distintas como a socioeconómica, a sociocultural e/ou a ambiental. Consequentemente surgem algumas correntes de pensamento que se agrupam em torno de definições comuns e se diferenciam entre si. Entre as principais correntes de pensamentos podem-se referir a económica, técnica e holística, as quais se explanam nos pontos seguintes.

(a) Económica

No que se refere à abordagem económica, a primeira definição sobre a procura turística regista-se pelo economista Herman von de Schullard que - em 1910 - definiu o turismo como *“a soma das operações, especialmente as de natureza económica, diretamente relacionadas com a entrada, a permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país de destino”* (Ignarra, 1999, p.23). Posteriormente, com a evolução dos conceitos da escola de Berlim, nomeadamente na década de 40, os autores Hunziker e Krapf definiram o turismo como *“o conjunto das inter-relações dos fenómenos que se produzem como consequência das viagens e das estadas de forasteiros, sempre que dela não se resulte um assentamento permanente nem que eles se vinculem a alguma atividade produtiva”* (Ignarra, 1999, pp. 23- 24). Embora esta definição seja mais abrangente que a primeira apresentada (e que considera apenas o turismo internacional), ainda é imprecisa, pois não encara as viagens de negócios como uma forma de turismo.

Com a expansão da atividade turística, a insuficiência dos conceitos e de estudos mais aprofundado, levam a Organização Mundial do Turismo (OMT), a Organização das Nações Unidas (ONU), a União Europeia (EU) e a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) a adotarem uma noção teórica e técnica. Assim, o turismo é definido como o *“conjunto de atividades praticadas pelos indivíduos durante as suas viagens e permanência em locais situados fora do seu ambiente habitual, por um período contínuo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros”* (ONU & OMT, 1994).

A definição referida parece (já) incluir o turismo de negócio e - para Ignarra (1999) e para Eusébio (2006) -, a mesma surge com o objetivo de tornar o conceito mais conciso e mundialmente padronizado.

(b) Técnica

Do ponto de vista técnico, foram estabelecidas algumas normas para diferenciar o turismo de outros tipos de viagens (ONU & OMT, 1994):

- Período de estadia entre 24 horas (mínimo) e 12 meses (máximo);
- Distância de pelo menos 160 km do seu ambiente habitual;

- Enquadramento do tipo de turismo (negócio, cultural, religioso, aventura, etc.)

Consequentemente, para caracterizar o turista e diferenciar de outros tipos de viajantes, em 1937, a Liga das Nações Unidas indica a definição relativamente ao turista internacional como “*as pessoas que viajam por um período de pelo menos 24 horas num país que não seja o da sua residência habitual*” (Beni, 1997, p. 35). Porém, esta recomendação esboça apenas o turismo internacional, excluindo o turismo nacional e/ou doméstico.

Com o propósito de facilitar o procedimento de análise estatística relativamente ao turismo internacional, em 1963 as Nações Unidas recomendaram o uso dos conceitos de “visitante” e de “turista” (Beni, 1997). Assim, consideraram *visitante* a pessoa que visita um país que não seja o seu país de residência e que – concomitantemente - não exerça tarefa remunerada. Esta descrição inclui turistas (visitantes que pernoitam no local visitado) e excursionistas (visitantes de apenas um dia).

Acrescenta Ignarra (1999) que não se pode considerar turismo, o deslocamento diário de pessoas do seu ambiente natural para outra localidade, com o objetivo de trabalhar; por outro lado, considera que as pessoas que se deslocam excecionalmente com o objetivo de realizar uma negociação (de cariz profissional) estão *a fazer turismo*. Outros autores reconhecidos na literatura da especialidade como Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert e Wanhill (2008), Middleton (2001), MacCannell (1976), McIntosh e Goeldner (1986), Murphy (1985) concordam que *turismo* é a prática de um conjunto de atividades realizadas por pessoas fora do seu ambiente habitual. A propósito, Cunha (2010, p. 7) explica que a aplicação do conceito “*ambiente habitual*” surge como forma de minimizar as discrepâncias relativamente aos critérios estabelecidos. O autor (*idem, ibidem*) ainda considera que esta noção “*introduz falta de rigor na determinação dos fluxos turísticos, na sua avaliação e na investigação dos efeitos económicos e sociais que provocam*”. Ainda assim, é de sublinhar que todas as definições elencadas abordam elementos comuns como sejam o deslocamento, a permanência *fora* do domicílio, a temporalidade, o objeto do turismo e o próprio turista.

(c) Holística

Relativamente à corrente de pensamento holístico, Mathieson e Wall (1982) ampliam a definição de *turismo*, explicando que - para além da movimentação de pessoas - é imprescindível ter em consideração o impacto económico, ambiental e sociocultural criado pelos turistas nas comunidades recetoras, entendimento este igualmente partilhado por outros autores como Mill e Morrison (1992), Gunn (1994) e Middleton (2001).

Para Jafari (*cit. Beni, 1997, p. 36*), o conceito de turismo “*é o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, económico e sociocultural da área recetora*”. Esse discurso parte da sua perceção como um sistema aberto, onde os fatores externos (ambientais, culturais, sociais, económicos, políticos e tecnológicos) não se encontram isolados, mas interagindo entre si. Leiper (1979;1990) - citado por Costa (2005) - apresenta sucintamente um modelo sistémico, considerando que a sucessão do turismo requer a existência da interação do turista e da interligação sistémica entre as áreas geradoras, as regiões de trânsito e as áreas recetoras. Assim, crê-se que o turista caracteriza a procura; as infra estruturas e os serviços designados para o turista caracterizam a oferta; e o espaço geográfico é caracterizado pelas áreas geradoras, pelas áreas de trânsito e pelas áreas recetoras. Partindo da perspetiva veiculada por Leiper (1979, 1990), Cooper *et al* (2008) deduzem que os autores concordam mais com o pensamento de Mathieson e Wall (1982) no que diz respeito à perceção do turismo como sistema aberto, pois estes apontam-no como a combinação do conjunto de pessoas, de organizações, de empresas e de lugares com o objetivo de proporcionar uma determinada experiência. Depreende-se pelo exposto que os autores (*idem, ibidem*) compreendem o turismo numa configuração multidimensional, enquadrada numa visão complexa e sistémica.

Uma vez que o turismo se está a expandir, tanto na vertente económica, como na própria investigação, a sua multidimensionalidade requer que seja estudado de forma holística (Graburn e Jafari, 1991; Krippendorff, 1987). Nesse sentido, assume-se que a integração de diferentes perspetivas (entre outras, sociológica, económica, psicológica, geográfica) concedem uma visão interdisciplinar e pluridimensional ao turismo, constituindo-se como uma *mais valia* à sua compreensão.

De fato, as definições estão mais direcionadas para a procura, embora existam diversos autores que clarificam o conceito de turismo pelo lado da oferta. Por exemplo, Smith (1989) considera-o como o conjunto de *facilidades* que estão disponíveis para as atividades turísticas, incluindo as de lazer e de negócios, contando que sejam realizadas por pessoas que não estejam no seu ambiente quotidiano.

Retome-se os estudos desenvolvidos por Mathieson e Wall (1982, p. 28) em que definem o turismo tanto pelo lado da procura, quanto da oferta:

“O turismo é o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as atividades desenvolvidas durante sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades”.

Entende-se que estas facilidades enunciadas pelos autores estão relacionadas com os bens e com os serviços disponíveis para satisfazerem os turistas.

2.3 Conceito de turismo em espaço rural

De forma concisa, poder-se-á entender o turismo em espaço rural como toda atividade turística realizada no campo. Apesar da aparente visão simplista, a compreensão deste conceito é mais profundo e complexo.

Face à dificuldade em encontrar registos que expliquem um (possível) conceito sobre o *turismo no espaço rural*, nota-se que surgem definições para nichos específicos que - de certa forma - estão relacionadas com o meio rural, como por exemplo *turismo de aventura*, *turismo ecológico* e/ou *turismo de natureza* (Costa, 2006). Desta forma, qualquer tentativa de conceituação que enquadre todas as áreas – e que seja mundialmente aceite -, é um exercício difícil. A falta de consenso na definição do próprio conceito de *turismo* reflete-se na clarificação da ideia de *turismo em espaço rural*. Para Santos e Campos (2009), a definição do *turismo em espaço rural* tem-se configurado de diferentes maneiras, subdivididas nas perspetivas agrícola e turística.

A perspetiva agrícola compreende o espaço rural como oportunidade de dinamizá-lo e de melhorá-lo através dos produtos agrícolas disponíveis. Por seu lado, a perspetiva turística

encara novas formas de utilização do espaço rural. Para os mesmos autores (*idem, ibidem*) não é permissível criar modelos estereotipados, mas conduzir as discussões conceituais para auxiliar e para aprofundar os conhecimentos. Também Figueiredo (2003, p. 151) aponta que as dinâmicas no espaço rural se associam “à *redescoberta do espaço local como espaço multifuncional, no qual a agricultura já não pode ser entendida como a única atividade económica*”.

Contudo, subsiste uma certa heterogeneidade das zonas rurais, querendo isto significar que - para definir o *turismo rural* - parte-se do pressuposto de que obrigatoriamente está arraigada a capacidade de diferenciar o espaço rural do espaço não rural. Neste sentido, a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico (OCDE, 1994) sugere que para encontrar uma definição para o turismo rural é fundamental uma compreensão do conceito de *espaço rural* em si. Santos e Campos (2009) concordam com as lacunas que existem em termos de conhecimento das áreas rurais antes destas receberem atividade turística. Porém, não é objetivo deste trabalho aprofundar o estudo conceitual acerca do *espaço rural*, mas apenas identificar alguns aspetos que a literatura sugere, no sentido de possibilitar um melhor entendimento das definições do *turismo em espaço rural*.

Nesta ótica, a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico (OCDE, 1994) apontou três características dominantes que definem os espaços rurais europeus.

- A densidade demográfica e a dimensão dos aglomerados;
- A ocupação e uso do solo e domínio da agricultura e da atividade florestal;
- A existência de estruturas sociais tradicionais e as correlativas questões de identidade da comunidade e do património.

Desde a antiguidade que as áreas rurais foram regiões com escassa densidade populacional, originando pequenas povoações, predominantemente agrícolas e florestais. Nesse âmbito, a OCDE (1994) enfatizou o aglomerado populacional como referência para definir o espaço rural, admitindo dois níveis de focalização (cf. figura 2.1).

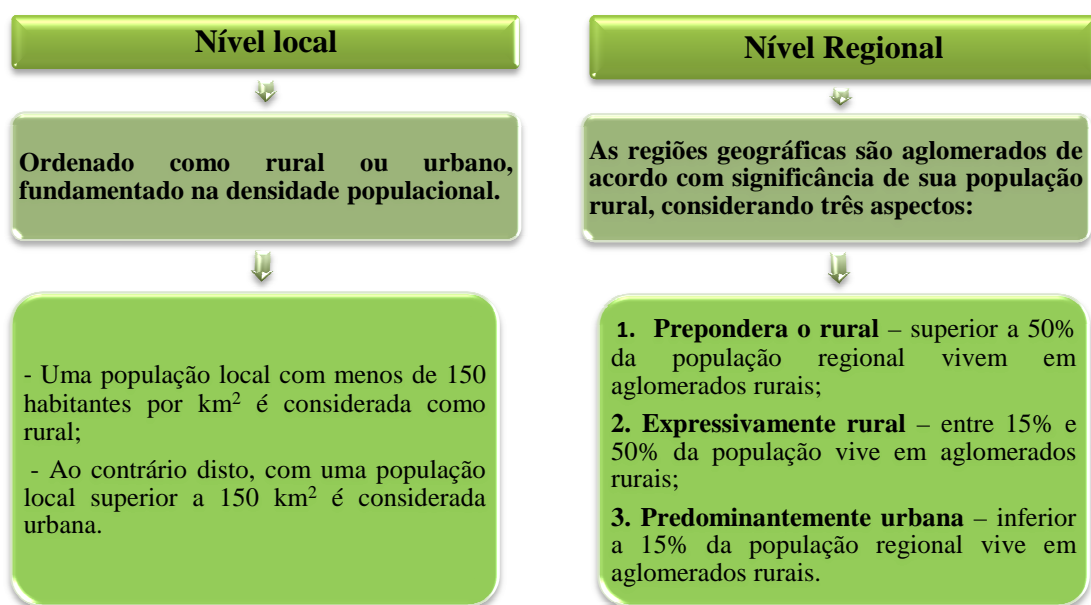


Figura 2.1 - Referência para definição do espaço rural europeu.

Fonte: Elaboração própria baseada nas informações da OCDE (1994).

Em 2005, a OCDE introduziu algumas alterações relativamente às áreas urbanas e às áreas rurais, no que respeita ao nível regional, acima referido. Entre elas, destacam-se as seguintes:

- Se uma região inclui um centro urbano com mais de 200 000 habitantes - representando pelo menos 25% da população regional classificada como "*predominantemente rural*" - é reclassificada como "*intermediária*".
- Se uma região inclui um centro urbano com mais de 500 000 habitantes - representando pelo menos 25% da população "*intermediária*" - passa a ser considerada uma região "*predominantemente urbana*".

Com intenção de aperfeiçoar a definição proposta pela OCDE (2005) que atende somente à densidade populacional, a Comissão Europeia (2009) procurou *esmiuçar* o entendimento ao “nível local”, nele incluindo a *perifericidade/acessibilidade* e a *cobertura do solo*. Desta forma, parece existir a integração de um índice periférico e de um índice de cobertura do solo, melhorando a classificação da OCDE. Assim, as classes originais (rural e urbano) ramificam-se em duas subclasses e, nesse sentido, a tipologia proposta é composta por

quatro itens: *periféricos rurais, rural acessível, urbano, com espaço aberto e urbano, com espaço fechado*.

Cabe ainda salientar que existem diferentes critérios para definir o espaço rural e que esses podem variar consoante o país e/ou organização. A convicção é de que determinados aspetos (naturais, geográficos, culturais, políticos e/ou económicos) podem implicar tomadas de decisão diferenciadas, dificultando a consensualidade do que seria o espaço rural e da qual a figura 2.2 é ilustrativa.



Figura 2.2 - Classificação das Características das Áreas Rurais na Europa

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da OCDE (1994, p. 9).

No âmbito do turismo rural português, o Decreto-Lei nº 54/2002, art. 1.º define o turismo rural como o “conjunto de atividades e serviços de alojamento e animação a turistas em empreendimentos de natureza familiar realizados e prestados mediante remuneração em zonas rurais” (p.2068). No que concerne à definição dos empreendimentos turísticos no TER, o Decreto-Lei nº 54/2002, art. 2º explicita que:

“Consideram-se empreendimentos de turismo no espaço rural os estabelecimentos que se destinam a prestar serviços temporários de

hospedagem e de animação a turistas, dispondo para o seu funcionamento de um adequado conjunto de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares, tendo em vista a oferta de um produto turístico completo e diversificado no espaço rural” (p. 2068).

Nas perspetivas de Oxinalde (1994), Silva, Vilarinho e Dale (1998) e de Campanhola e Silva (2002), o turismo rural é a prática de todas as atividades que estão inscritas nas diversas modalidades do turismo e que se complementam entre si. Sendo assim, encaram o turismo rural, o agroturismo, o turismo ecológico, o turismo de aventura, o turismo de negócios, o turismo de saúde, o turismo cultural e o turismo desportivo como vertentes do TER.

2.4 Modalidades do turismo no espaço rural português

Em Portugal, o Turismo de Habitação surgiu em 1978, em quatro áreas piloto: Ponte de Lima, Vouzela, Castelo de Vide e Vila Viçosa (cf. Decreto Regulamentar N.º 14/78), pese embora o TER só foi legalmente reconhecido a partir de 1986 (cf. Decreto Lei N.º 256/86), associando duas novas modalidades de hospedagem – o Turismo Rural e o Agroturismo. Nessa linha, a legislação portuguesa (cf. Decreto-Lei N.º 54/2002) e a Direção Geral do Turismo (DGT, 2006) compreendem o turismo em espaço rural, particularmente fundamentado nos tipos de alojamento, os quais estão classificados em:

- *Turismo de Habitação* – casas antigas particulares que, pelo seu valor arquitetónico, histórico ou artístico, sejam representativos de uma determinada época, nomeadamente os solares e as casas apalaçadas.
- *Turismo Rural* – casas rústicas particulares que, pelos seus delineamentos materiais construtivos e demais características, se integrem na arquitetura típica regional.
- *Agroturismo* – casas particulares integradas em explorações agrícolas que permitam aos hóspedes o acompanhamento e o conhecimento da atividade agrícola e/ou a participação nos trabalhos aí desenvolvidos, de acordo com as regras acordadas pelo seu responsável.

- *Casas de Campo* – casas particulares situadas em zonas rurais, devendo a sua traça, materiais de construção e demais características, integrar-se na arquitetura e no ambiente rústico da zona e/ou local onde se situam.
- *Turismo de Aldeia* – conjunto mínimo de cinco casas particulares situadas numa aldeia, exploradas de forma integrada e por uma única entidade, as quais - pela sua traça, materiais de construção e demais características - se devem integrar na arquitetura típica local. O turismo de aldeia pode ser explorado em aldeias históricas, centros rurais e/ou aldeias que mantenham no seu conjunto, o ambiente urbano, estético e paisagístico tradicional da região onde se inserem.
- *Hotéis Rurais* – estabelecimentos hoteleiros (situados em zonas rurais e fora das sedes de concelho cuja população seja superior a 20 000 habitantes) que oferecem serviços de alojamento e outros serviços acessórios e/ou de apoio, com fornecimento de refeições. Os hotéis rurais devem, pelo seu desenho arquitetónico, tipo de materiais de construção, equipamentos e mobiliário, respeitar as características dominantes da região onde se inserem.
- *Parques de Campismo Rural* – terrenos destinados permanentemente e/ou temporariamente à instalação de acampamentos, integrados (ou não) em explorações agrícolas, cuja área não seja superior a 5 000 m².

Mais recentemente, o novo Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos (através do Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de Março) alterou a classificação do TER com o objetivo de cumprir as medidas do Programa de Simplificação Administrativa e Legislativa – SIMPLEX 2007. Em termos gerais, as diretrizes apontam para um sistema de classificação flexível e com requisitos mínimos para cada categoria. Dessa forma, os empreendimentos de TER são reenquadrados em apenas três grupos: *Casas de Campo*, *Agroturismo* e *Hotéis Rurais*. De igual modo, o regime passa a ter em conta a promoção e a qualificação da oferta em todas as vertentes com o intuito de atender aos níveis de satisfação dos turistas. Ou seja, deixa de considerar somente os requisitos físicos dos empreendimentos para refletir e incorporar processos que visem e que fomentem a qualidade dos serviços prestados.

2.5 Oferta turística – perspetiva geral

Tal como anteriormente se relatou, também a clarificação do que se entende por *oferta turística* não é simples, uma vez que a oferta de um destino não é exclusiva à utilização turística, dado que alguns equipamentos e/ou serviços existentes na localidade são também aproveitados pela comunidade local.

A Organização Mundial do Turismo (OMT, 1995) define a oferta turística como um conjunto de produtos e de serviços disponíveis para uso e consumo dos turistas. Entretanto, autores como Beni (2003), Dias e Aguiar (2002) e Carvalho e Vasconcellos (2006), ampliaram o conceito. Em traços gerais, são perceptíveis as semelhanças nas definições da oferta turística apontadas pelos autores, apenas existindo algumas complementaridades entre si. De forma resumida, a compreensão comum é de que - para além dos bens e dos serviços postos à disposição do turista - subsiste a necessidade de que a oferta seja capaz de provocar a motivação para escolher o destino, de haver o deslocamento do turista até ao local e que – sobretudo - a oferta satisfaça as suas necessidades e supere as suas expectativas. De certa forma, esta tónica acentua que a oferta turística deve ser um conjunto de bens e de serviços que satisfaçam quer as necessidades, quer as expectativas dos turistas.

Com a finalidade de clarificar a compreensão acerca da definição da oferta turística, diversos autores (cf. Lage e Milone (2000), Albino, Mergulhão, Bigares, Magalhães, Rato e Gonçalves (2000), Beni (2003), Ignarra (1999), Cooper *et al* (2008)) desenvolveram nomenclaturas para esse fim. Por exemplo, Lage e Milone (2000) classificaram a oferta turística, partindo de três categorias:

- *Atrativo turístico* – qualquer lugar, objeto e/ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los.
- *Equipamentos e serviços turísticos* – englobam o conjunto de edificações, de instalações e de serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística (por exemplo, meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços voltados para o atendimento aos turistas).

- *Infraestrutura turística* – formada pelo conjunto de obras e de instalações de estrutura física de base, tais como o sistema de comunicação, os transportes e os serviços urbanos (água, esgotos, luz, sinalização, limpeza urbana, etc.).

Por seu lado, a classificação adotada por Beni (2003) é diferenciada, embora não exclua totalmente a proposta por Lage e Milone (2000). O autor (*idem, ibidem*) apresenta duas categorias:

- *Oferta turística original* – composta pelos elementos tangíveis e/ou intangíveis e pelos recursos turísticos primários (como os elementos hídricos e a flora).
- *Oferta turística derivada* – composta pelos transportes, diversos tipos de alojamento, alimentação, lazer/recreação/entretenimento, correspondendo aos serviços produzidos, os quais - em conjunto com a oferta original -, alavancam o consumo.

Esta classificação de Beni (2003) vai de encontro com o que Lage e Milone (2000) determinam como ‘*equipamentos e serviços turísticos*’ e ‘*infraestrutura de apoio turístico*’, esta última subdividida em dois parâmetros:

- *Infraestrutura Geral* – o investimento abrange todos os serviços urbanos imprescindíveis à qualidade de vida da população local e é aplicado em todos os setores da economia e, por inerência, ao setor turístico;
- *Infraestrutura específica* – o investimento é direcionado às áreas de concentração turística, englobando todo tipo de vias de acesso, de energia e de iluminação pública e de pavimentação das ruas.

Um estudo realizado por Cerqueira e Freire (2009) em Ilhéus (Bahia, Brasil) para aferir os fatores determinantes da oferta turística e para avaliar os itens que menos e que mais agradam aos turistas – e atendendo a que a oferta pode ser subdividida nas três categorias acima descritas - as autoras perceberam que - relativamente aos *atrativos turísticos* – o maior nível de satisfação tinha a ver com os recursos naturais; ao invés, o património histórico-cultural (no qual se integra o carnaval e artes ancestrais como a capoeira) pareceu não corresponder às expectativas dos turistas. Quanto aos *equipamentos e serviços*, os

turistas que participaram no estudo identificaram como satisfatórios a hospitalidade, a estrutura dos serviços oferecidos pelos meios de alojamento e o comércio de artesanato, demonstrando alguma insatisfação com os equipamentos de lazer, com as excursões propostas e com as diversões noturnas. As autoras justificam esse sentimento devido à escassez de alguns equipamentos de lazer, bem como às lacunas nos serviços de informação turística.

Relativamente à *infraestrutura*, parte dos turistas afirmou que atendeu às suas necessidades, embora outra parte manifestasse pouca satisfação com os serviços públicos. As autoras (*idem, ibidem*) concluem que a satisfação do turista não depende somente da oferta de determinados atrativos, sendo fundamental compreender a oferta turística como um todo. Isto quer dizer que essa percepção também depende de outros fatores como a preservação e a conservação ambiental, a qualidade dos equipamentos, dos serviços e a disponibilidade das infraestruturas. Além disso, deve-se reforçar a importância das interações entre os locais e os turistas, isto é, a *hospitalidade*. Segundo Baptista (1990) e Ritchie e Crouch (2005) este comportamento é essencial para valorizar a própria oferta, uma vez que os turistas também procuram cortesia, simpatia e disponibilidade por parte das pessoas nativas. Em termos mais específicos, Crosby e Morera (1996) ressaltam que o TER deve ter em atenção a harmonização entre os interesses da comunidade local, a preservação do meio ambiente e a própria atividade turística.

2.6 Caracterização da oferta turística em espaço rural

O espaço rural vem sofrendo alterações, não só pela crescente importância das atividades não agrícolas - que *minaram* a identidade do rural com a atividade agrícola -, mas também pela associação do meio rural à qualidade de vida. Nos últimos anos, é visível um aumento gradual da procura e da convivência dos espaços rurais para o consumo relacionado com atividades turísticas.

O espaço rural já não é visto somente como espaço destinado à agricultura e, nessa linha, Santana (2000) defende que o turismo rural não pode ser visto como o redentor das fragilidades das produções agrícolas e do declínio dos espaços rurais. Pelo contrário, deve-se pensar no turismo como complemento e não como principal vetor de desenvolvimento desses locais. Por seu lado, O'Halloran, Cook, Sbragi e Buchanan (2000) entendem que o

turismo rural pode contribuir para o desenvolvimento das zonas rurais que estão em estagnação. Assim, a opção pela inovação como estratégia de crescimento representa um incremento do que já existe, com vista à obtenção de novas características no produto, a partir de uma base multidimensional da qualidade adquirida (Starr, 1992).

As alterações no espaço rural (e agrícola) contribuíram para a múltipla funcionalidade das atividades no meio, mas a agricultura - como fonte de produtos alimentares de primeira necessidade -, não perdeu a sua importância socioeconómica. Segundo Lunardi, Almeida e Souza (2008), o meio rural está a ser *alocado* em novas dimensões, tanto na esfera socioeconómica, como na esfera sociocultural. Ainda assim, refere Cavaco (2001) que essas circunstâncias apresentam-se como uma das soluções para minimizar os problemas de instabilidade decorrentes do crescimento económico mundial que – em certa medida – é responsável pela degradação ambiental e pela marginalização de algumas regiões, gerando desigualdades.

Por outro lado, Edmunds (1999) (cit. Kastenholtz, 2003) afirma que o turismo rural é visto como um redentor para as áreas rurais, principalmente se existir decadência da atividade agrícola. Para Silva, Vilarinho e Dale (2000), o reflexo do turismo nestas áreas também contribui para possíveis estratégias de diversificação produtiva para as propriedades rurais, criando maior rentabilidade para os negócios tradicionais. Lima e Matias (1999) complementam esta ideia, vendo no turismo uma forma de fortalecimento do desejo de resgatar, de preservar e de valorizar a cultura, a gastronomia, a arquitetura e a história, com o objetivo de incentivar esta prática em ambiente rural.

A crescente oferta turística em espaço rural tem atraído a atenção da procura que - cada vez mais - *busca* algo “diferente” e a tranquilidade que a cidade pouco (ou nada) oferece. Nesse sentido, a oferta turística vem modificando os produtos e os serviços para melhor atender a procura, o que é perceptível pela ampliação expressiva de empreendimentos turísticos. Relata Bricalle (2005) que o turismo no espaço rural se configura como uma das atividades mais proeminentes, tanto por motivos qualitativos - que proporcionam a valorização das zonas rurais -, como pelo aumento de empreendimentos turísticos. Crosby e Morera (1996) entendem que para alcançar a complexidade crescente de mercado atual, é preciso ultrapassar a segmentação tradicional, combinando variáveis diversas (sociodemográficas, geográficas e psicográficas) para compreender a procura.

Cruz (2007) menciona que o destino turístico não se constitui – apenas - pela oferta de alojamento e pela restauração, sendo necessário complementá-las e combiná-las com serviços variados e de qualidade, de forma a estimular a procura. As parcerias entre os meios de alojamento, as empresas de animação turística, os transportes e as empresas de eventos são alternativas para diversificar os serviços oferecidos. Para isso, esses protocolos precisam de ser celebrados com empresas fiáveis e que prestem serviços de qualidade aos clientes.

Os destinos turísticos em espaço rural não compõem um turismo de *massa* e, por esse motivo, a oferta precisa ser diferenciada, não atendendo somente às infraestruturas e aos serviços básicos, devendo apostar no que não é oferecido por outros nichos de mercado para despertar o interesse, para superar as expectativas da procura e para se manterem no mercado competitivo. Nessa perspetiva, Firmino (2008) assume que – em geral - a oferta turística segue uma tendência de mudança, justamente para atender ao novo perfil da procura. Esta transformação não acontece *per si* e/ou através da iniciativa dos empreendedores, sendo influenciada pelos índices de procura.

Observando o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT, 2007) verifica-se que Portugal é apresentado como um destino competitivo que se diferencia de outros destinos turísticos concorrentes, essencialmente por elementos como o clima e a luz; a história, a cultura e a tradição; a hospitalidade e a diversidade concentrada. Percebe-se que muitos desses aspetos podem ser encontrados noutros destinos, embora o PENT reforce que Portugal tem algumas *mais valias* como (a) estar localizado no Sul da Europa, pelo que tem muitas horas de sol (até durante o inverno), (b) ter temperaturas amenas ao longo do ano, (c) preservar as tradições mais antigas e (d) ser um país *resort* com uma multiplicidade de subculturas regionais. Kim, Choi, Dwyer, Faulkner, Mellor e Livaic (2001) discordam que esses elementos sejam suficientes para apresentar um destino turístico como competitivo e/ou concorrente e propõem que se deve considerar a dimensão da economia; as indústrias relacionadas e de suporte; as infraestruturas; as acessibilidades; os transportes; os voos diretos; a tecnologia; os recursos humanos; o conhecimento; o capital financeiro; a gestão da informação e da investigação e o diagnóstico, entre outros.

Outros autores como Swarbrooke (1996), Page e Getz (1997) e Howie (2003) referem que o turismo rural diferencia-se do turismo em geral pelo ambiente relaxante, podendo este ser

criado pelas vilas tradicionais, pelos espaços livres, pelas atividades ao ar livre, pela fauna, pela flora e pelas paisagens naturais, bem como pela possibilidade de participação direta na vida quotidiana rural e na gastronomia local.

2.7 Perfil da oferta turística em espaço rural

O Turismo de Portugal (2008) apresenta alguns dados estatísticos relativos à oferta de TER. Em 2008 estavam em funcionamento 1.047 unidades de Turismo de Habitação e de Turismo no Espaço Rural, com um total de 11.692 camas disponíveis. Estas modalidades concentraram 56,8% das camas existentes no país. Relativamente ao ano de 2007, registou-se um decréscimo de 21,2% no número de dormidas. As modalidades de turismo rural, turismo de habitação, casa de campo e hotel rural abrangeram 86% do total de dormidas no TER.

Dentro da oferta de TER, para além das unidades de alojamentos, são diversas as atividades de diversão e de animação turística complementares como, por exemplo, a equitação, a piscina, o ténis, as visitas e os passeios, a caça e a pesca, as atividades radicais, o golfe, entre outras (Silva, 2006). Embora o autor (*idem, ibidem*) aponte para a diversificação das atividades e a região Norte seja detentora de um número expressivo de alojamentos no TER, a sua oferta ainda não está enquadrada no que diz respeito à competitividade e à qualidade, pois no que respeita às atividades de animação turística, essas não estão apresentadas da melhor forma. A título ilustrativo, alguns proprietários dos alojamentos do TER, mesmo não possuindo formações técnicas, exercem funções relacionadas com as atividades de animação turística, colocando em causa a fiabilidade da prestação do serviço e a segurança dos turistas, deixando muito a desejar no que toca à satisfação da procura e à competitividade no mercado que, por sua vez, podem estar associadas à conjuntura do próprio desenvolvimento turístico da região. Cruz e Cadima (2009) procuraram analisar a perspetiva dos atores envolvidos (setor público/privado) no desenvolvimento e na promoção da região do Minho Lima e, em que medida, estão comprometidos com esse desígnio. Verificaram que – apesar do interesse manifestado pelo setor - o seu envolvimento carece de um posicionamento equilibrado sobre o seu próprio papel e as respetivas funções, de modo que possam contribuir para a dinamização da oferta na região. Nesse sentido, os autores (*idem, ibidem*) ainda perceberam que as parcerias e a cooperação entre os setores público/privado e privado/privado são fragmentadas,

debilitando a competitividade e desfavorecendo a oferta. Os mesmos autores (*idem, ibidem*) ainda apontam que a cooperação entre todos os setores envolvidos no turismo é fulcral e – por essa razão - a relação tem de assentar na confiança, na partilha das informações e das experiências, compreendendo os objetivos e as prioridades que se pretendem alcançar.

No que se refere ao setor privado, Mesquita (2010) - ao analisar o produto turístico, nomeadamente as unidades de alojamento do TER e ao caracterizar o perfil dos proprietários da região de Trás-os-Montes (Norte de Portugal) -, concluiu que embora a região seja detentora de riquezas naturais, culturais e históricas, a oferta ainda é reduzida, comparada com outras regiões, inclusive a região do Minho. A autora (*idem, ibidem*) refere que essas limitações podem ser percebidas a vários níveis, sobretudo no que se refere à organização e à comercialização, à cooperação estabelecida entre agentes locais, o caráter conservador de algumas populações rurais, a competência e os conhecimentos de gestão e de marketing, aos quais se associa a pouca formação técnica na área do turismo por parte dos proprietários das unidades de alojamentos. A atividade do TER na região estudada pela autora supracitada (*idem, ibidem*) possui um caráter profissional secundário para a maioria dos proprietários. Ainda assim, os promotores turísticos parecem satisfeitos com a atividade do TER, porque o turismo e/ou a agricultura não se constituem como as suas atividades profissionais principais. Consequentemente, parece que essa posição acarreta uma certa indiferença pelo desenvolvimento do TER na região. Em jeito de conclusão, nota-se que os obstáculos não estão associados aos recursos existentes na região (naturais, culturais, históricos, etc.), mas sim ao seu mau aproveitamento.

O estudo realizado pelo Instituto de Estudos Sociais e Económicos (IESE, 2008, p.23) com o objetivo de caracterizar a oferta do Turismo Rural (nas vertentes de TER e de TN), identificou que a oferta de serviços, de atividades de animação e de infraestruturas/equipamentos disponibilizada pelos estabelecimentos de TER e de TN era escassa e dispersa, os serviços existentes eram realizados sob gestão da própria empresa – assumindo um maior peso nas suas modalidades de prestação (principalmente, o fornecimento de refeições por encomenda). De igual forma, o estudo apurou que de entre as atividades de animação turística no país, as mais representativas são os percursos pedestres, os itinerários de bicicleta, de motos e de jipe, a observação de animais, a

organização de festas e de reuniões. Algumas vezes existem mesmo protocolos, acordos e parcerias com empresas externas para realização de atividades mais específicas como percursos e as atividades equestres, observação de animais, campos de ténis e de golfe e/ou minigolfe, spa e estética (IESE, 2008, pp. 20-21). Relativamente aos equipamentos e às infraestruturas percebe-se que os estabelecimentos de TER e de TN disponibilizam – essencialmente - piscinas descobertas, salas de jogos e campos de ténis, TV cabo/satélite, cozinha coletiva e *kitchenette*. A forma de comercialização *cobre* a internet, as agências turísticas e as brochuras.

2.8 Caracterização da procura turística em espaço rural

2.8.1 Motivações da procura turística em geral e no turismo rural

No que diz respeito aos estudos sobre motivações na procura turística, alguns autores apresentam diferentes perspetivas (cf. quadro 2.1).

Quadro 2.1 - Perspetiva das motivações na procura turística

Autores	Motivações na procura turística
Gray (1970)	<i>Desejo de vaguear e desejo pelo sol</i>
Crompton (1979)	<i>Quebra da rotina</i>
Leiper (2004)	<i>Lazer criativo e recreativo</i>
Cunha (2006)	<i>Aspetos constrangedores e libertadores</i>
Beeton (1999)	<i>Desejo de se afastar do quotidiano</i>
Silva (2007)	<i>Motivações de ordem social e psicológica</i>
Barreto (2008)	<i>Motivações favoráveis e desfavoráveis</i>

Fonte: Elaboração própria, baseada em Rheinber (2000), Crompton (1979), Leiper (2004), Cunha, (2006), Beeton (1999), Silva (2007) e Barreto (2008).

Na década de 70, Gray (1970) iniciou o estudo sobre as motivações turísticas, definindo duas características que motivavam as pessoas a viajarem:

1. *O desejo de vaguear*, ou seja, deixar o que é familiar e procurar algo novo e diferente.
2. *O desejo pelo Sol*, dependendo da localidade em que se encontra habitualmente.

Outros autores também contribuíram para a compreensão desta temática; Crompton (1979) considera a motivação como uma *quebra de rotina* e Leiper (2004) relaciona-a ao Lazer Criativo (produção de algo novo) e ao Lazer Recreativo.

Por sua vez, Cunha (2006) numa perceção mais abrangente e específica defende que as motivações para viajar podem ser *constrangedores* (estudos, negócios, reuniões, saúde, etc.) ou *libertadores* (férias, desporto, cultura, etc.). Na primeira subdivisão, à qual alude o autor (*idem, ibidem*), percebe-se que essas motivações advêm de algumas situações “obrigatórias” que levam as pessoas a viajarem para um determinado destino.

Acrescenta Barreto (2008, p.64) que “*as motivações são as causas subjetivas que fazem os turistas decidirem a viagem*”. Entretanto, a partir da subjetividade motivacional (Arrillaga 1976 e Wahab 1977 cit. Barreto, 2008), a autora (*idem, ibidem*) determina dois tipos de fatores:

- *Favoráveis* – relacionados com a saúde, com a disponibilidade financeira, com o tempo, com o conhecimento do idioma, com as afinidades culturais, com as informações, entre outros.
- *Desfavoráveis* – relacionados com os aspetos que não estão diretamente ligados à motivação pessoal, mas a questões externas tais como a burocracia entre países, os desastres climatológicos, a rigidez nas fronteiras, as guerras, entre outros.

Independentemente da terminologia atribuída aos aspetos motivacionais na procura turística, os autores concordam que o turista é movido por um sentimento, por uma necessidade e/ou desejo e por uma intenção de procurar e de encontrar outras ambiente diferentes do seu quotidiano. Nesse sentido, Jesus, Kastenholz e Figueiredo (2008) reconhecem a importância de entender as motivações que levam os turistas a viajar, mas que – para além desse requisito – se compreenda a sua satisfação, a qual pode estar relacionada com a própria oferta e com o destino escolhido, ou seja, com os aspetos *favoráveis e desfavoráveis* (Barreto, 2008). Porém, “*já não basta simplesmente satisfazer clientes. É preciso encantá-los*” (Kotler, 2000, p.55).

Atualmente, nota-se que a população urbana sente - cada vez mais - a necessidade de estar (por determinado período de tempo) em ambientes tranquilos e que permitam o contato

com a natureza. Assim, optam por trocar longos períodos de férias por períodos de férias mais curtos, alternando os destinos e tentando – de alguma maneira – *escapar* dos destinos massificados. Estes aspetos parecem incrementar o interesse do turista pelo TER. Em conformidade com Neves, Magalhães e Relvas (2001), a tendência da procura turística é cada vez mais direcionada para *espaços isolados*, os quais se opõem às *massas* dos grandes centros urbanos. É nesse sentido que Crosby e Morera (1996) reforçam surge uma maior exigência pelas questões ambientais, uma vez que o consumidor turístico não se contenta apenas com mais sol e/ou praia como – aliás - acontece no turismo massivo, em que a demanda se caracteriza pela passividade. Esta exigência tem-se refletido no aumento pela procura de novas experiências mais personalizadas, o que – em certa medida – contraria o tradicional circuito turístico.

É evidente que as diversas motivações na procura turística em espaço rural (Kastenholz, Davis & Paul, 1999 cit. Jesus, Kastenholz e Figueiredo, 2008) se baseiam – particularmente - na possibilidade de desfrutar da natureza e das paisagens, associadas a uma ecologia ambiental mais sossegada e hospitaleira (Kastenholz, 2003). Beeton (1999) e Silva (2007) complementam essa ideia sugerindo que as pessoas são motivadas pelo desejo de se afastarem do seu quotidiano, com a expectativa de uma *experiência revigorante e do idílico rural*.

Nesse sentido, percebe-se que o principal fator motivacional da procura turística tem sido a possibilidade de adquirir novas experiências. A propósito, Silva (2007, p.145) destaca que “*os dois principais motivos da procura do TER são de ordem social e psicológica, intimamente associados à necessidade real ou imaginária de um indivíduo quebrar a rotina*”. Não obstante, a procura turística também é movida pela oferta disponível. Para o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT, 2007, p. 38) “*é cada vez mais importante a oferta de um conjunto alargado de produtos que dê resposta a uma procura diversificada*”.

Os contributos de O'Halloran *et al* (2000) mostram algumas das motivações sobre a procura turística no TER da Austrália. No estudo, procuraram-se compreender as características dos visitantes nacionais e internacionais às regiões rurais, identificar as suas razões para viajarem para uma região rural e obter opiniões sobre o desempenho da indústria de turismo rural. No que diz respeito às principais motivações na procura do

turismo rural, os inquiridos reportam (a) as visitas a amigos e/ou familiares, (b) as recomendações de outras pessoas que ficaram agradadas com o destino, (c) o desejo de conhecer as áreas rurais e (d) as atividades de natureza disponíveis (embora se note que este não seja um fator motivacional suficientemente relevante para procurarem a região).

No caso da Austrália, os dados recolhidos podem ser lidos no contexto em que – à época - se encontrava a atividade turística. Relatam Barry e Robins (2001) que o país encontrava-se num processo de reestruturação das suas políticas turísticas com o objetivo de descentralizar o turismo das grandes capitais e centros urbanos e redirecioná-lo para as regiões mais interiores e rurais, alcançando estas maiores divisas através da atividade. Assim, entende-se que as motivações que levam as pessoas a decidirem pelo espaço rural não são idênticas, pois fatores como as motivações individuais e/ou a oferta do destino contribuem para motivar (ou não) a procura.

Umbelino (1998) aponta que o espaço rural atrai principalmente pessoas do espaço urbano devido às raízes de pertença vivencial e cultural que os cidadãos não vivenciam tão intensamente, ou seja, o espaço rural *per si* proporciona que o turismo seja antagónico ao turismo de massas. Embora subjetivamente o autor (*idem, ibidem*) apresente o próprio espaço rural como suficiente para a motivação da procura, essa pode requerer que a oferta a legitime. Leal (2001) considera que os espaços rurais têm capacidade de justificar essa motivação, uma vez que existem muitos recursos que permitem a diversificação da oferta (entre outros, o contacto com a natureza, a caça e a pesca, o património cultural e os desportos de aventura).

2.8.2 Perfil da procura turística em geral e no espaço rural

A tendência da procura turística no TER aponta para um interesse pelo contato com a natureza e com a tranquilidade do meio, uma vez que - para muitas pessoas (sobretudo aquelas que vivem em aglomerados urbanos) - o espaço rural representa um lugar de sossego, de paz e de harmonia com a natureza. Nesse sentido, o TER pode proporcionar experiências diferentes daquelas que o espaço urbano pode oferecer, nomeadamente a partilha do quotidiano com os seus habitantes.

No estudo de Silva (2007) sobre a procura do TER ressalta-se que os alojamentos *em si* não constituem fatores determinantes para a procura; antes, predominando o meio envolvente e as perceções que o hóspede tem acerca do campo e da cidade (elementos intangíveis como a tranquilidade e o ar puro).

Poon (1993), Crosby e Morera (1996) e Salvà-Tomàs (2000) relatam que os atuais turistas procuram nichos de turismo diferenciados e, no caso do TER, podem considerar-se pessoas mais modernas e mais abertas à novidade, procurando destinos mais individualizados, serviços mais personalizados e férias mais ativas. Crosby e Morera (1996) afirmam que estes turistas são mais frenéticos e mais ecléticos, não estando interessados em envergar por viagens padronizadas. Isto é, um turista pode almejar o repouso em espaço natural pela manhã ou à tarde ou procurar um momento de ócio; conhecer espaços culturais ou praticar atividades desportivas.

Muitas vezes, o consumidor deseja algo diferente que não tenha encontrado noutros lugares, com a expectativa de vivenciar momentos únicos. Embora o estado de satisfação seja uma construção pessoal, a oferta deve responder às necessidades mais básicas e mais íntimas. Crosby e Morera (1996) relatam que, face à crescente complexidade da procura, é preciso ultrapassar as barreiras da segmentação tradicional e combinar diversas variáveis (sociodemográficas, geográficas e psicográficas) para atender à sua rigorosa exigência.

Alguns autores (cf. Cavaco, 1995; Sharpley e Sharpley, 1997) concordam que os turistas que procuram o TER pertencem à classe média, predominando a faixa etária acima dos sessenta anos. Estudos mais recentes (cf. Cunha 2006; Silva 2007; IESE, 2008) veiculam que o perfil do turista de TER compreende o intervalo etário entre os vinte e cinco e os quarenta e cinco anos, sendo pessoas de origem urbana e com residência predominantemente nacional, com habilitações literárias de nível superior e com rendimentos acima da *média*. Ainda assim, estes estudos constataam que não existe um perfil homogéneo para todas as áreas rurais.

Segundo o IESE (2008), os turistas que procuram o TER organizam as suas próprias viagens (recorrendo principalmente à internet), sem necessitar da mediação de agências de viagens. As conclusões parecem – ainda – indicar que estas pessoas valorizam a descoberta da região, o contato com a natureza e usufruem sobretudo de estadias de duas noites.

Ao procurar analisar em que medida os atores envolvidos na atividade turística estão comprometidos com o desenvolvimento da sub-região do Minho Lima, Vareiro (2007) verificou que - embora exista um conjunto de potencialidades para compor a oferta turística - as relações institucionais são frágeis, coexistindo entraves nas parcerias e um certo *amadorismo* (falta de profissionais qualificados) nos setores público e privado. Aliás, este último deixa transparecer uma insatisfação para com as instituições que coordenam o turismo na sub-região.

2.9 Conclusão

Em traços gerais, poder-se-á concluir que o conceito de turismo apresenta uma abrangência concetual, fruto das várias correntes de pensamento. Essas (aparentes) incongruências são ocasionadas pela sua própria natureza multidisciplinar e sistémica, sendo extensivas também à noção de TER.

Relativamente à oferta turística no espaço rural, percebe-se que esta ainda se encontra fragilizada, no que diz respeito ao aproveitamento dos atrativos, à qualidade dos serviços oferecidos e às relações entre os atores envolvidos na oferta do TER.

Em relação à procura turística, esta alicerça-se em diversas motivações, sobretudo a necessidade de sair do quotidiano citadino e vivenciar experiências diferentes.

CAPÍTULO III – QUESTÕES DE GÉNERO

3.1 Introdução

A compreensão acerca das categorias *género* e *sexo* apresenta-se - muitas vezes - distorcida. Embora exista uma ligação entre ambas, as diferenças iniciam-se com a conceção do que é *um* e *outro*. O sexo é entendido a partir dos aspetos físicos e biológicos (macho/fêmea e/ou homem/mulher), remetendo para as diferenças corporais. Essas desigualdades anatómicas condicionam o indivíduo na sociedade, antes mesmo do seu nascimento.

Consequentemente, é necessário compreender como é que essas diferenças vêm influenciando – ao longo do tempo - os comportamentos nos contextos sociais e culturais. Contextualizando essas dissemelhanças ao turismo em espaço rural, faz sentido perceber neste capítulo, as relações e as diferenças de género no âmbito da procura do TER.

3.2 Diferenças de género no contexto biológico

As diferenças de género - encaradas na perspetiva das diferenças biológicas - suscitaram muitos debates para explicar as inúmeras diferenças culturais (Sayão, 2003).

A psicologia funcionalista (influenciada pelo Darwinismo) aborda a masculinidade e a feminilidade, partindo da teoria dos polos antagónicos (positivo e negativo), ou seja, as características de um polo confirmam o que o outro polo (não) será (por exemplo, se o sujeito masculino é inteligente, o feminino será definido como não inteligente (Barracho & Martins, 2010). Investigadores como Freud e Thorndike defendiam (até) que as mulheres seriam menos inteligentes do que os homens e, por seu lado, Hollingworth citado por Barracho e Martins (2010) já afirmava que a mulher era dominada pelo homem, pelo que procurou investigar o seu papel na sociedade, questionando a inferioridade feminina na perspetiva biológica. A autora (*idem, ibidem*) critica a teoria dos polos distantes (positivos e negativos) utilizada para definir a inferioridade feminina, dado que no seu ponto de vista é inaceitável definir o potencial feminino partindo dessa dualidade. Parece – assim – que o contexto histórico determina amplamente esta posição, pois as mulheres não tinham liberdade de escolha profissional (sobretudo porque nesse período ainda não existia inclusão da mulher no mercado de trabalho).

O psicólogo Biddulph (2002) no seu livro *Criando Meninos* mostra algumas diferenças entre o sexo feminino e masculino, enfatizando que as hormonas masculinas (testosterona) influenciam diretamente o seu desenvolvimento e o seu comportamento, pelo que o crescimento cerebral é também diferenciado nos dois géneros. Consequentemente, os modos de agir e de pensar são globalmente distintos. Nesse contexto, Nucci (2010) – no artigo *O Sexo do Cérebro* – procura analisar as conceções de género, partindo das investigações desenvolvidas na área da Biomédica. Para a autora (*idem, ibidem*), o discurso científico nessa área do conhecimento é interpretado como *artefato cultural*, onde a ciência é influenciada por interesses estabelecidos por determinados grupos (de cunho político, económico e/ou social), colocando em questão a *verdade* científica.

A autora (*idem, ibidem*) reconheceu que a base teórica da Biomedicina é a biologia, pelo que variáveis como *comportamento, personalidade e habilidades cognitivas* são entendidas como *inatas e universais* (p.18). De igual modo, refere as pesquisas realizadas com animais e com *marcadores biológicos de género*, comentando que estes últimos são importantes para perceber o comportamento das crianças (por exemplo, quanto tempo crianças dos géneros masculino e feminino brincam com bonecas e/ou com carrinhos). Os resultados sugerem que esses aspetos são determinantes para o grau de masculinidade e de feminilidade, o que parece querer significar que se um menino passar mais tempo com uma boneca, o cérebro torna-se mais feminino e vice-versa. Para a autora (*idem, ibidem*), na perspetiva biomédica não existe total negação científica sobre a influência cultural, mas sim a intenção de minimizá-la com o objetivo de reforçar a teoria biológica. No entanto, a autora (*idem, ibidem*) interroga-se sobre a necessidade de refletir a relação entre o poder da teoria biológica na sociedade contemporânea e a sua relação com a esfera pública, com o objetivo de compreender “*qual será o papel do biológico e o peso conferido à ideia de que características e comportamentos são definidos de modo inato, no processo de construção de subjetividades?*” (p.25).

O apelo da autora (*idem, ibidem*) vai no sentido do pouco questionamento do senso comum sobre até que ponto o comportamento humano será biologicamente inato, inércia desde sempre presente na sociedade.

Com a intenção de perceber se existem diferenças no desempenho escolar entre meninas e meninos no primeiro ciclo de educação formal, Dal'Igna (2007) inquiriu algumas

professoras que acreditam que os comportamentos das meninas e dos meninos são *naturais*. Enquanto as meninas são *bem* comportadas, atenciosas e mais concentradas, os meninos são agitados, inquietos, pouco atenciosos, desinteressados – porém -, mais inteligentes. Houve também professoras que afirmaram que algumas meninas são agitadas, mas que a manifestam de forma diferente dos meninos, ou seja, gostam de *fofocar* durante as aulas, o que seria normal para alguém desse género; pelo contrário, para os meninos esse comportamento não seria normal. O mapeamento de características inerentes aos géneros foi analisado no estudo de Silva, Halpern e Silva (1999), constando o seu desempenho escolar. Estes autores (*idem, ibidem*) confirmaram que os professores esperam que se “*cumpra o padrão social de comportamento previsto para cada género*” (p.215).

Retome-se Dal'Igna (2007, p.251) que realça que as professoras “*invocam a existência de diferenças biológicas naturais, próprias de cada género, para justificar as diferenças de desempenho escolar entre meninos e meninas*”. A autora (*idem, ibidem*) pressupõe que a teoria biológica legitima a superioridade masculina e a inferioridade feminina. Essa percepção é evidenciada quando identifica que - na representação dos professores -, o baixo rendimento escolar dos meninos não é explicado pela sua capacidade intelectual, mas sim pelo comportamento agitado e não facilmente controlável. Por outro lado, o bom desempenho das meninas é associado à natureza da sua *feminilidade passiva*, porém menos intelectual. Por seu lado, as meninas vão às aulas de reforço por falta de compreensão e por défices no raciocínio. Para Meyer (1996) essas justificações implicam uma hierarquização de género, neste caso do masculino sobre o feminino. Ao invés, Grossi (2010) entende que não existe uma determinação biológica para os comportamentos de homens e de mulheres. Apesar das inúmeras regras sociais impostas numa suposta determinação diferencial dos géneros, a autora (*idem, ibidem*) entende que essa conceção de ordem ‘*natural*’ é unicamente uma forma de resguardar os comportamentos sociais *perpassados* pela sociedade.

3.3 Contexto social e cultural

O termo “género” surgiu entre as décadas de 60 e de 70, a partir dos estudos do feminismo que se fortaleceram com os movimentos de grupos revolucionários e reivindicadores de mulheres, cujo principal objetivo era a contestação dos papéis diferenciados na sociedade, em função do género.

Scott (1990) afiança que o conceito de *género* surgiu com a ação reivindicativa das feministas americanas ao recusarem o determinismo biológico que lhes impossibilitava de ter os mesmos direitos que os homens. A definição de *género* emerge na tentativa de compreender essas diferenças que, por sua vez, não dizem apenas respeito aos aspetos físico e biológico. Louro (1997) e Braga (2007) mencionam que se trata de uma construção social inerente às diferenças anatómicas, não se podendo descurar os contextos cultural e histórico, onde as relações estabelecidas entre homens e mulheres tiveram (e têm) lugar.

Assim, na sociedade cada *sexo* representa o seu papel enquanto género: se é homem, a sociedade indica onde deve se enquadrar; se é mulher, enquadra-se noutro contexto oposto ao do homem. É o que Grossi (2010) define como de *papéis sexuais* e o que Braga (2007) sublinha na dimensão das *relações sociais* do feminino e do masculino.

Ao compreender as diferenças de género como uma construção social e cultural, entende-se que a sociedade é construída por diversos grupos de pessoas, distribuídos por diversas partes do mundo. Nesse sentido, essa construção não é rígida, na medida em que pode variar de local para local.

Um estudo realizado no final da década de 70 pela antropóloga Mead (2009) - confrontando a perspetiva biológica -, mostrou o *peso* da cultura face à determinação dos papéis sexuais e dos comportamentos de homens e de mulheres. A investigadora compara três povos da Nova Guiné, questionando os tradicionais conceitos sobre *masculinos* e *femininos*, ou seja, indagando se as diferenças entre géneros seriam meramente biológicas. O estudo revela que o comportamento masculino e feminino não é inato, como sustenta a teoria biológica, sendo também influenciado pela cultura e pela organização social de cada grupo.

Nesse contexto, Collier (2007) aponta que - em Moçambique - as mulheres têm papéis bem definidos na sociedade, embora - para além das questões sociais, económicas e políticas - a cultura ainda se assuma como um fator decisivo para o fomento de desigualdades, uma vez que a possibilidade de autonomia e de emancipação das mulheres são percebidas como uma ameaça à estrutura tradicional. Por exemplo, o acesso das mulheres às tecnologias da informação e da comunicação é quase inacessível, sobretudo para as mulheres das áreas rurais, pelo que o autor (*idem, ibidem*) refere que essa limitação pode ser vista sob dois

ângulos: (a) o *alto índice de analfabetismo* das mulheres nas áreas rurais e (b) os *valores culturais* que direcionam a tecnologia (ou outras inovações) ao público masculino.

No contexto histórico, as diferenças de género sob a *perspetiva social e cultural* surgem num *tecido* de desigualdade, dado que o poder patriarcal era predominante; na sociedade, o papel da mulher não existia, pelo que não tinha direito de participar no meio social em que o homem estava inserido. Perrot (2007, p.16) confirma que “*as mulheres ficaram muito tempo fora desse relato, como se, destinadas à obscuridade de uma inenarrável reprodução, estivessem fora do tempo, ou pelo menos, fora do acontecimento*”. Para a autora (*idem, ibidem*), o confinamento doméstico também condicionou a visibilidade da mulher (destinada à casa, aos filhos e ao marido), ficando – como perpetua a poesia - no *silêncio do mar abissal*. Por outro lado, o papel masculino voltava-se mais para a esfera pública, onde trabalhava e onde socializava.

A teoria dos *papéis sociais de género* sustenta que as diferenças entre o sexo masculino e sexo feminino não reproduzem apenas diferenças de estatuto e de poder, constituindo o resultado histórico da divisão do trabalho entre mulheres domésticas e homens trabalhadores assalariados (Eagly, 1987).

Os *papéis sociais de género* também são sustentados e fortalecidos pela família e pela escola, sugerindo uma ideia de *naturalização* de ações e de “obrigações”. Assim, o conjunto sociocultural influencia diretamente o comportamento e as escolhas masculinas e femininas. O *estereótipo social* atribui atividades diferenciadas para cada género (por exemplo, brincar com bonecas é *coisa* de meninas, jogar futebol é para os meninos, os meninos não usam cor-de-rosa, os homens andam a cavalo e as mulheres passeiam a pé). Nesse sentido, a escola e a família representam uma ligação entre as esferas pública e privada, detendo (parte) do poder de acentuar (ou não) essas diferenças desde a infância, onde o seu papel é – sobretudo - de diferenciar tais comportamentos. Desde cedo, os meninos são privilegiados e/ou tratados – pela sociedade - de maneira diferente das meninas (por exemplo, têm liberdade - e autorização - para terem relações sexuais desde muito cedo, pois é uma *necessidade básica masculina*; já as meninas, mesmo nos tempos atuais, não têm essa permissão). Ora, numa perspetiva equitativa (do género), se é certo e/ou errado para um, deveria existir a mesma postura perante o outro.

Por sua vez, a escola - mesmo afirmando neutralidade educacional face a essas diferenças - tem assumido a função de educar as crianças em função do género, reproduzindo e reforçando as “leis” veiculadas pela educação familiar, pelo que Sayão (2003) considera que o ambiente educacional escolar tem-se apresentado como vetor de fortalecimento da reprodução hierárquica centralizada no género. Por outro lado, a autora (*idem, ibidem*) pensa que - assim como a escola tem o poder de *continuidade* de reprodução -, nela reside (de igual forma) o poder de *descontinuidade*, o que implica uma reestruturação voltada para essas questões.

Paixão, Santos e Ramos (2008) perceberam nos adolescentes a *continuidade* à qual alude Sayão (2003), identificando que os adolescentes dos sexos masculino e feminino entendem que a força física, a virilidade e a autossuficiência são traços típicos masculinos. Por seu lado, as atividades relacionadas com a maternidade e a expressão dos sentimentos foram considerados - pelos adolescentes participantes no estudo - como papéis atribuídos ao sexo feminino. Para os autores (*idem, ibidem*), essas diferenças são visíveis em diferentes aspetos das populações; contudo, é fundamental conhecer e analisar o ponto de vista dos jovens, esperando que esse seja um contributo para a compreensão dos fenómenos relacionados com as desigualdades de género.

Nessa linha de pensamento, percebe-se que - mesmo numa sociedade moderna, onde os debates sobre as questões de género são explícitos, divulgados e acessíveis à maioria das pessoas - a família e a escola apresentam características de reprodução que fomentam as persistências dos *papéis sociais de género*, ou seja, esperam que as crianças cumpram o seu papel social, de acordo com as imposições sociais atribuídas para cada género (Conclusões do Seminário Gentour, 2010).

O modo de socialização ajusta o comportamento das pessoas para que correspondam às expectativas que a sociedade tem sobre os *papéis de género*; por outro lado, as expectativas - articuladas aos papéis que os homens e as mulheres desempenham - obrigam-nos a adotarem comportamentos estereotipados (Eagly, 1987). Nesse sentido, a postura que ambos os géneros assumem, relaciona-se com as representações e as construções históricas, ainda que alteráveis e relacionais (Taquette, Vilhena & Paula, 2004). Essas relações contextualizam-se em determinadas vertentes (sociais, culturais, políticas) que diferem e que deixam de parte uma classe do género (o feminino), originando

desigualdades. Consequentemente, a divisão do trabalho, a escolarização e a participação política são componentes dessas mesmas assimetrias. Poeschl, Múrias e Costa (2004) procuraram perceber o que é que as pessoas pensam sobre as diferenças de género e concluíram que essas entendem que as diferenças de género são *naturalizadas*, mas – no que se refere a outras questões (por exemplo, organização familiar, trabalho parental, posição profissional e política) - as pessoas entendem que essas diferenças são uma herança histórica e cultural.

Assim, as diferenciações de género são explicadas pelos papéis impostos pela sociedade à própria sociedade, ditando comportamentos como sendo os mais adequados e/ou específicos para cada género. Deaux (1984,1985) e Eagly (1988) - citados por Amâncio (1992) - consideram que os fatores determinantes nas diferenças de género não são somente biológicos, integrando as aprendizagens culturais de um conjunto social. Essas podem condicionar não só as atividades quotidianas, mas – de igual forma - as atividades não comuns (por exemplo, a escolha de um destino turístico, as atividades realizadas durante a viagem entre outros fatores).

3.4 Diferenças de género na sociedade atual

Nota-se na sociedade atual a crescente inserção da mulher na política, na educação e na economia, o que - de certa forma - minimiza as limitações dos espaços públicos confinados aos homens e os espaços privados mais orientados para mulheres.

No que concerne às funções e às responsabilidades nas esferas públicas e privadas, o relatório sobre igualdade de género e desenvolvimento do Banco Mundial (2011) frisa que o *mundo* oferece novas oportunidades aos homens e às mulheres, ou seja, a perceção dessas funções estão redefinindo-se conjuntamente com as mudanças provocadas pela globalização. Homens e mulheres no início do século XXI acreditam que a *educação, bens e oportunidades de obtenção de renda* são os principais fatores para melhorar o seu bem-estar pessoal, familiar e profissional. Nessa conjuntura, o atual cenário feminino vem-se modificando, especialmente no que respeita à alfabetização.

Os dados resultantes do período compreendido entre 2002 e 2011 apontam que - em Portugal - o número de mulheres é superior ao dos homens, assim como a sua longevidade.

Embora o analfabetismo assista em maior grau ao género feminino, o número de mulheres com nível educacional secundário e superior ultrapassa o do género masculino. Consequentemente, as mulheres casam-se e são mães mais tarde e o número de filhos é menor do que em anos anteriores. Esses fatores de adiamento da construção familiar, tanto para o casamento, quanto para a maternidade, são reflexo das mudanças encetadas pela escolarização e pelo dinamismo profissional feminino. Porém, os cargos de chefia e as maiores remunerações nas empresas públicas e privadas ainda continuam a ser um privilégio dos homens. Outro exemplo retirado do caso português: existem mais mulheres doutoradas do que homens, com maior produção científica e com elevados índices de utilização das ferramentas tecnológicas e de comunicação; ainda assim são os homens que ocupam – maioritariamente - os cargos superiores (INE, 2012). Embora a evolução da condição feminina possa ser considerada positiva, o fato é que – concomitantemente - o desemprego, a pobreza e a violência também afetam um número mais elevado de mulheres em comparação com o género masculino.

No que diz respeito à força de trabalho mundial, 40% é representada por mulheres e a média da sua longevidade é maior. Estas mudanças têm sido mais rápidas nos países em desenvolvimento face aos países desenvolvidos, apontando a OCDE (2012) que em 2009, nos países associados, em cada dez administradores de empresas de primeira linha, apenas um era do sexo feminino. Contudo, essa panorâmica não é igual em todos os países, uma vez que alguns possuem quotas obrigatórias para inserção das mulheres nos conselhos políticos e administrativos, aliás como acontece na Noruega que apresenta 40% de representatividade feminina em altos cargos, o nível mais alto dos países da OCDE.

Por outro lado, a Alemanha apresenta-se como o país europeu com maior diferença salarial entre homens e mulheres e com o menor índice de mulheres em cargos de direção empresarial. Em 2009, somente 3% das mulheres alemãs exerciam funções diretivas. A Comissão das Comunidades Europeias (CCE, 2007) sublinha que é incompreensível essa disparidade quando - em todos os Estados-Membros da União Europeia -, as mulheres têm mais habilitações literárias (sobretudo de nível superior) do que os homens.

As questões de género no trabalho são objeto de justiça social e de desenvolvimento económico (Conclusões do Seminário Gentour, 2010), entendendo-se que a maior diferença se encontra associada ao meio sociocultural e não propriamente ao género. Scott

(1994) enfatiza que o discurso de base moral está em consonância com as leis do mercado - os sindicalistas e os trabalhadores homens enxergam a mulher como o “sexo frágil” para exercer trabalhos que requerem maior força física e que a inserção da mulher no trabalho pode ser um impedimento à mulher de cumprir seu papel de mãe. Este *discurso* abrange o poder legislativo que decreta leis que referem os conceitos de fragilidade feminina e que cada vez mais evidencia o afastamento da mulher do local de trabalho para poder voltar a ser uma mulher *cuidadora* do lar, assim teria dignidade perante as classes operárias (Scott, 1994).

O Banco Mundial (2011) aponta que - nos últimos vinte e cinco anos - o número de mulheres no mercado de trabalho aumentou significativamente, embora esse fato pareça não ter contribuído para que as oportunidades de emprego e os salários fossem equitativos para homens e para mulheres. Em quase todos os países, a mulher tende a exercer funções em setores informais, com baixa produtividade e com baixos salários e - mesmo nos países de *alta renda* – essa situação é mais elevada do que para os homens.

O setor do turismo não é alheio a essas discrepâncias, predominando o género feminino nos cargos cujos salários são inferiores aos dos homens; na formação do curso de Turismo, pelo contrário, o maior índice de alunos são do sexo feminino (Conclusões do Seminário Gentour, 2011 e Costa, 2012).

Noutro estudo desenvolvido no setor turístico do litoral potiguar (Rio Grande do Norte, Brasil), Costa (2007) identificou um alto aproveitamento de mão-de-obra desqualificada. A opinião do autor (*idem, ibidem*) assenta na convicção de que existem pessoas qualificadas, embora - por vezes - estejam alocadas em setores de baixa qualificação. No que concerne aos cargos desempenhados nos meios de alojamento (mensageiro, rececionista, porteiro, segurança, serviços gerais) identificou-se uma predominância masculina; já os trabalhos que incluam limpezas e/ou arrumações são realizados por mulheres.

O modelo de progresso e de persistência para a igualdade de género é relevante, tanto para o desenvolvimento económico, como para a criação e para a execução de políticas turísticas. Porém, não são apenas essas dinâmicas que farão com que as desigualdades de género sejam minimizadas, sendo essencial agregar políticas que vão de encontro às

lacunas existentes. A igualdade de género é um direito do indivíduo, podendo apresentar sinergias para uma melhor eficiência económica (Banco Mundial, 2011).

O questionamento que emerge é compreender as causas que provocam essas disparidades, sobretudo nos cargos e nas remunerações. Apesar de existir o princípio da igualdade de género desde 1957, as assimetrias salariais entre homens e mulheres permanecem nos países membros da União Europeia. Para a Comissão para Igualdade no Trabalho e Emprego (CITE, 2008) e para a Comissão das Comunidades Europeias (CCE, 2007) essas diferenças são *complexas, persistentes* e - muitas vezes - *inter-relacionadas*. Podem decorrer de fatores tais como a idade, a experiência adquirida, a profissão, o tipo de contrato e o setor de atividade.

Relativamente ao mercado de trabalho, as divergências salariais podem ser consequência (a) da *segregação horizontal* (as mulheres predominam nas profissões menos valorizadas); (b) da *segregação vertical* (as mulheres ocupam cargos menos remunerados, encontram barreiras na progressão na carreira); (c) *tradições e estereótipos* (opções educativas, participação no emprego); e (d) *conciliação da vida privada/profissional* (as mulheres tendem a dedicar mais tempo à vida privada do que o homem, condicionando a sua participação no trabalho em tempo integral) (CCE, 2007; CITE, 2008). As justificações apontadas pela CITE (2008) e pela CCE (2007) são entendidas como legados culturais dos primórdios, em que a mulher era vista como cuidadora do lar e que saiu de um “mundo” para um espaço que não lhe convém, não respondendo – de forma eficaz – aos dois “mundos”. Trata-se de um pré juízo, estereotipado há muito tempo e adquirido pela opinião biológica, social e cultural.

3.5 Relações de género e turismo no espaço rural

Como já mencionado anteriormente, a desigualdade entre os géneros masculino e feminino é perceptível em todas as áreas, pelo que no turismo não é dissemelhante.

Se a divisão de trabalho no espaço urbano ainda é fortemente enraizado na cultura da sociedade, no espaço rural essa perceção é ainda mais acentuada. Na agricultura familiar, essa segmentação não se afastou da atividade turística. A mulher continua a realizar os trabalhos domésticos que Garcia-Ramon, Cánoves e Valdovinos (1995) designam como “o

trabalho invisível”. No estudo de caso de Nogueira (2006) sobre as relações de género no agroturismo, foram identificadas mais mulheres do que homens à frente dessas atividades. Assim, as tarefas de alojamento e de restauração no espaço rural podem ser entendidas como uma releitura do trabalho doméstico, pelo que o homem continua a realizar as tarefas externas (atividades turísticas ao ar livre e a gestão da empresa). Para Cánoves, Vilarinho, Priestley e Blanco (2004), este fato parece querer legitimar a sua masculinidade e o seu *status*. Quando cabe à mulher a gestão do negócio, o homem apresenta-se como assistente (pretensa defesa pessoal), ou seja, é somente um apoio ou uma colaboração ao trabalho que é considerado feminino (Brandth & Haugen, 2006).

Tais características podem repetir-se no turismo rural, principalmente quando a oferta é baseada na organização familiar. O papel que cada um desempenha na família, geralmente é exercido pela mesma pessoa no empreendimento turístico. Peralta e Alencar (2008) analisaram os efeitos do papel da mulher e as relações de género no turismo rural, referindo que o ecoturismo nas comunidades da região da Amazônia rural contribuiu para o trabalho assalariado das mulheres. Desta forma, surgiram novos espaços - além do doméstico -, que possibilitaram à mulher começar a tomar decisões relativamente ao controle do orçamento familiar, quando outrora essa função era do homem, o que Rosaldo (1974) considera como *subordinação cultural*. No estudo, a autora (*idem, ibidem*) relata alguns casos, por exemplo, na Nova Guiné o homem plantava inhame para distribuir nas festas e a mulher plantava batata-doce - alimento consumido diariamente; na sociedade filipina, a mulher plantava arroz - alimento de subsistência diária familiar - e o homem era responsável pela caça - alimento valioso repartido com toda comunidade. Rosaldo (*idem, ibidem*) salienta que mesmo nas sociedades consideradas mais igualitárias, os homens têm uma *autoridade* sobre as mulheres e um direito *culturalmente legitimado*, onde esta é vista como *subordinada*.

Nesse sentido, Andrade, Botelho, Fiúza e Pereira (2009) - ao analisarem as relações sociais de género e os momentos de lazer das mulheres que vivem no meio rural brasileiro -, identificaram que no espaço rural existem mais mulheres ‘do lar’ do que no espaço urbano, pelo que essa atribuição condiciona também as suas formas de lazer no espaço público. Os autores (*idem, ibidem*) mencionam que as suas atividades de lazer são associadas (e limitadas) ao espaço privado (casa), isto é, às atividades domésticas realizadas diariamente

e, quando existe a possibilidade de usufruírem de momentos de lazer no espaço público, estes são condicionados pela presença do marido e/ou filhos. Assim, os autores (*idem, ibidem*) entendem que o lazer no meio rural estrutura-se em função dos papéis sociais de género, os quais se regem por modelos de feminilidade e de masculinidade (a mulher é educada para atividades que não coloquem em risco a sua *constituição física, emocional* e moral; por seu lado, os homens têm liberdade de escolher o que querem fazer, procurando afirmar a sua masculinidade perante a sociedade).

Entrementes, o turismo tem sido vetor para algumas mudanças no espaço rural, pois em certas localidades a mulher já é reconhecida como empreendedora. Segundo Amorim e Barros (2006), o turismo rural em Pernambuco (Estado localizado na região Nordeste do Brasil) foi-se desenvolvendo – inicialmente - através de iniciativas de uma mulher, o que impeliu outras a unirem-se, no sentido de ampliarem a oferta e tornando-as gestoras dos seus próprios negócios. As autoras (*idem, ibidem*) identificaram que as propriedades de turismo rural são maioritariamente geridas pelo género feminino embora - no que se refere ao controle das finanças do empreendimento – essa função seja delegada aos homens. De igual modo, foi possível verificar que várias atividades de animação turística (visitas guiadas e/ou passeios a cavalo) são também da responsabilidade masculina. Por outro lado, tarefas de cozinha, arrumação e de decoração são conferidas às mulheres.

A investigação levada a cabo por Dieguez-Castrillon, Gueimonde-Canto, Sinde-Cantorna e Blanco-Cerradello (2012) procurou identificar a existência de possíveis diferenças no comportamento empreendedor (em função do género) em estabelecimentos de turismo rural da Comunidade Autónoma da Galiza (Espanha). As autoras (*idem, ibidem*) concluíram que os motivos económicos são mais importantes para as mulheres do que para os homens, sendo mais relevante para elas a obtenção de rendimentos adicionais. Nesse âmbito, percebeu-se que essas conseguem tirar maior proveito quer do ‘*nicho agrícola*’, quer dos recursos económicos e das estratégias de diversificação das atividades agrícolas. Por outro lado, as autoras (*idem, ibidem*) concluíram que não existe relação entre as características pessoais do empreendedor e o género, bem como no que se refere aos fatores de carácter social, familiar e/ou institucional.

3.6 Diferença de género no âmbito da procura turística

Apesar de a literatura ser profícua em estudos voltados para a temática da procura turística, esta revela-se escassa relativamente às diferenças de género na procura do TER, o que dificulta a compreensão dessa dinâmica no espaço rural. Entretanto, nesse tópico toma-se por base os estudos da procura turística em geral.

O discurso sobre as diferenças de género nas óticas biológica e sócio cultural (relatados nos pontos anteriores) demonstram a complexidade em apreender a essência do indivíduo, pelo que seria dubitativo sugerir compreender a procura turística, partindo apenas dessa perspectiva. Para além disso, cada pessoa tem motivações, desejos e atitudes diferentes, mesmo sendo do mesmo género. Sendo assim, não se pode afirmar que o perfil da procura turística (em função do género) seja homogéneo, mas antes uma tendência perpassada em estudos específicos. Estes itens foram estudados por Collins e Tisdell, (2002) e Kelly e Hartlyn (2006) que verificaram um aumento na participação da mulher no que diz respeito à escolha do destino turístico e ao tipo de viagem, quando outrora essa decisão cabia - maioritariamente – ao homem. Os autores (*idem, ibidem*) explicam que essa tendência é consequência da participação ativa da mulher na sociedade. Collins e Tisdell (2002) - ao verificarem os padrões do ciclo de vida de viagens de homens e de mulheres - afirmaram que o género é um fator preponderante na procura da oferta turística. Assim, concluíram que - na Austrália - as diferenças na procura pelo espaço rural por homens e por mulheres tem a ver com o motivo da viagem; no caso em estudo, as mulheres viajavam essencialmente para gozar férias, para estudar e/ou visitar amigos e parentes, enquanto que os homens viajavam mais por questões profissionais e de participação em eventos (convenções, conferências, entre outros).

Quanto à prática de atividades turísticas relacionadas com o género, Vieira, Villano e Tubino (2003), Dutra, Senna e Ferreira (2008) reconheceram uma predominância do género masculino em caminhadas de *trekking* e de ecoturismo. Por seu lado, Mainiere (2008) identificou que as caminhadas ecológicas são as atividades prediletas de uma elevada percentagem de mulheres. Dutra *et al* (2008) acreditam que esses resultados podem ser reflexo das condições de acesso que a região oferece (o tipo de estrada, a distância entre os atrativos, as estruturas urbana e turística, etc.), podendo constituírem-se como condicionantes à visitação do público feminino. Mainiere (2008) considera que a

caminhada é uma atividade suportável e com poucos riscos, razões pelas quais são preferidas pela maioria das mulheres, remetendo ao discurso do *sexo frágil* (incapacidade física feminina).

A reflexão empreendida por Meng e Uysal (2008) deixou transparecer que – por seu lado - os homens procuravam atividades mais físicas, mais “radicais” e mais direcionadas para o desporto, enquanto que as mulheres dariam mais importância ao cenário onde decorrem as atividades recreativas (festivais, visitas a museus, visitas histórica, pontos turísticos, caminhadas, compras). Ryan, Henley e Soutar (1998) ao analisarem os critérios que homens e mulheres utilizam para a escolha do destino e das próprias atividades praticadas, constataram que os homens preferem passar férias em casa e – quando saem do seu ambiente rotineiro – parecem ser bastante criteriosos na avaliação do destino, preferindo praticar atividades de aventura. Já no que respeita às mulheres, estas preferem passar férias num ambiente diferente do habitual, avaliando o destino com intensidade e consistência, prestando atenção a todos os pormenores e atribuindo relevo às compras de *souvenirs*. Assim, os autores (*idem, ibidem*) concluíram que os critérios para a escolha do destino podem resultar em diferentes comportamentos dos turistas no destino.

Perante estas dissemelhanças, ainda que não sejam acentuadas, Ryan *et al* (1998) e Meng e Uysal (2008) dizem ser fundamental haver uma estratégia de *marketing* que possibilite uma ação mais integrada para a sua resolução (por exemplo, para atrair visitantes do sexo masculino, precisa-se de realçar as atividades baseadas na natureza; no caso do sexo feminino torna-se essencial agregar serviços de alta qualidade e enfatizar as configurações da beleza natural) com o objetivo de proporcionar uma experiência relaxante.

Outro fator relevante para a existência de possíveis diferenças na procura turística é a faixa etária. Os traços do contexto social atual diferem – de forma acentuada – das décadas anteriores, pelo que a oferta e a procura seja também diferente em função da idade dos indivíduos. No que diz respeito aos idosos, Camargo (1998), Marcelino (2000) e Mendes (2000) consideram que aspetos socioeconómicos, culturais, pessoais (escolaridade, faixa etária, sexo, condições psicomotoras e saúde) possam ser – em determinadas condições - obstáculos para a prática de atividades de lazer e de turismo. Para além dessas questões, Camargo (1998) refere que geralmente os idosos apresentam falta de interesse pelo lazer e pelo turismo, mas que esse desinteresse é reflexo de preconceito social. O autor (*idem*,

ibidem) aponta quatro pontos comuns nos estudos realizados com o público idoso: (a) consideram o lazer como luxo, (b) atribuem maior importância ao trabalho do que ao lazer, (c) encaram o lazer como interferência ao desempenho laboral e (d) apresentam incapacidade de dissociar o trabalho do lazer (isto é, a obrigação primeiro, o lazer depois).

No que diz respeito ao género, Marcelino (2000) crê que as mulheres têm menos possibilidade de acesso ao lazer e às atividades turísticas do que os homens devido às tarefas domésticas e à *dupla jornada* de trabalho. Cordeiro Filho e Batista (2010) ao analisarem a demanda turística e de lazer nos frequentadores idosos do Parque Municipal do Idoso (Município de Manaus, Brasil) identificaram que 70% eram do sexo masculino. Assim, os autores (*idem, ibidem*) assumiram que essa percentagem elevada poderia ter a ver com “a dupla jornada de trabalho” referida por Marcelino (2000), uma vez que as atividades de lazer são diversificadas e servem os públicos feminino e masculino.

No estudo de caso de Waechter Junior (2004) centrado na procura mediada por agências de viagens, foi possível atestar que nas viagens da terceira idade as mulheres encontram-se em maior número, sendo os seus principais objetivos (a) a recreação e o entretenimento (bailes de salão ou folclóricos), (b) o lazer ou as férias e (c) o convívio social durante a viagem. Relativamente aos locais preferidos, a maioria dos idosos elege como destino a praia (38%), as estâncias termais e hidrominerais (13%), a visita ao Pantanal (com 7,9%), viagens à Europa (7,0%), as áreas rurais (5,3 %) e - com menor frequência - as cidades culturais e/ou históricas.

No que se refere ao comportamento dos jovens, Carr (1999) identificou poucas diferenças nos homens e nas mulheres relativamente às finalidades e às atividades praticadas no destino turístico. Enquanto que a vida noturna (idas a bares e a discotecas) era a principal razão para os jovens de ambos os sexos irem de férias, a vida diurna seria dedicada ao descanso, o que contraria – em certa medida – as opções dos idosos. Para o autor (*idem, ibidem*) - uma vez que no ambiente doméstico, homens e mulheres jovens se comportam diferentemente em atividades de lazer - essa desigualdade poderá estar relacionada com as normas socioculturais e com os valores dos grupos em que se encontram inseridos.

Amâncio (1992) explica que essas assimetrias também fazem parte dos *papéis tradicionais de género*, os quais discriminam a mulher enquanto grupo social. O tipo de socialização

masculina pode ser um fator relevante para a procura de atividades diferentes; por outro lado, culturalmente a mulher tem outra relação com o lazer. Carr (1999) menciona que em algumas culturas as mulheres eram (e ainda são) subjugadas e os homens ainda exercem poder sobre várias facetas da sua vida.

Ora, como não existem muitos estudos sobre as diferenças de género na procura do TER, não se pode fazer uma análise aprofundada, revisitando-se apenas algumas tendências na procura turística. Nesse sentido, o estudo empírico tentará minimizar essa limitação, mostrando linhas de análise relativas à procura do TER.

3.7 Conclusão

A revisão bibliográfica deixou perceber que - na sociedade - homens e mulheres representam o seu papel sexual nas relações sociais enquanto género. Apesar das desigualdades anatómicas e biológicas estarem enraizadas no sexo, a condição cultural influencia a sua composição e a sua dinâmica.

Relativamente às relações de género e à procura turística no espaço rural, as contrariedades são minimizadas por diversos aspetos, sobretudo pelas constantes mudanças na dinâmica mundial que afetam também as características culturais de uma sociedade. Dessa forma, a literatura apresenta poucas diferenças entre homens e mulheres na procura e nas práticas das atividades turísticas.

PARTE III – ESTUDO EMPÍRICO

CAPÍTULO IV - HIPÓTESES DE TRABALHO, METODOLOGIA DESENVOLVIDA E ESTUDOS DE CASO

4.1 Introdução

Para Hill e Hill (2005) a investigação empírica tem como objetivo fazer observações para melhor compreender o fenómeno a estudar. Independentemente da natureza da investigação, é possível tentar encontrar respostas para questões e/ou problemas através dos procedimentos científicos.

Assim, o presente capítulo apresenta os objetivos (geral e específicos), as hipóteses de trabalho e o processo de construção das mesmas. Apresentar-se-á – de igual modo - todo o processo metodológico para a recolha e para o tratamento dos dados. Por fim, serão expostos os estudos de caso investigados.

4.2 Objetivos

Objetivo Geral

Este trabalho tem como objetivo geral analisar as diferenças de género na procura turística em espaço rural face à oferta.

Objetivos Específicos

Para alcançar o objetivo geral, delinearam-se alguns objetivos específicos.

- Identificar as atividades turísticas oferecidas em espaço rural;
- Identificar as diferentes características de género na procura face à oferta turística em espaço rural, ou seja, perceber as motivações de visita, os aspetos mais valorizados e as atividades mais praticadas por homens e por mulheres;
- Compreender se as atividades oferecidas são diferenciadas e classificadas em função do género;

- Identificar a percepção da oferta sobre as diferenças de género na procura turística em espaço rural;
- Perceber se - na visão dos turistas - existem diferenças nos serviços oferecidos por homens e por mulheres no TER.

4.3 Hipóteses

Para o desenvolvimento de qualquer investigação é fundamental “*identificar o problema, consequentemente definir as hipóteses de estudo para haver a interligação entre o objetivo do estudo e suas conclusões*” (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 150). Segundo os autores (*idem, ibidem*), uma hipótese é uma proposição genérica e provisória, posteriormente verificada através dos dados empíricos.

O foco central desta dissertação baseia-se nas diferenças de género na procura turística no espaço rural. Entretanto, partindo do pressuposto de que a relação entre homens e mulheres segue padrões assimétricos provenientes de um contexto organizador de construção social e cultural (que se colocam historicamente), as hipóteses organizam-se em três eixos principais, com o suporte teórico aprofundado no capítulo três. A primeira e a terceira hipóteses subdividem-se em duas partes secundárias que sustentam as hipóteses principais.

1 - Embora a sociedade patriarcal, representada pela força masculina, ainda propicie a exclusão da mulher em alguns aspetos (mercado de trabalho, liberdade sexual, relações domésticas, políticas, profissionais):

- a) *A participação da mulher na atividade turística apresenta poucas barreiras de acesso.*
- b) *Consequentemente, as diferenças de género na procura do turismo em espaços rurais são minimizadas.*

2 - As atividades praticadas por homens e por mulheres em espaço rural apresentam diferenças em função da faixa etária.

3 - A oferta está mais direcionada para atividades masculinas, deixando poucas escolhas para as mulheres.

- a) *Assim, as mulheres incluem-se nessas atividades, seja por falta de alternativas que a oferta propõe, seja pela própria dinâmica do turismo que procura a inclusão de todos.*
- b) *Homens e mulheres incluem-se cada vez mais no mesmo programa de atividade turística em espaço rural.*

4.4 Metodologia de investigação

4.4.1 Seleção e constituição das amostras

O estudo empírico procura compreender os comportamentos e as opiniões entre turistas (homens e mulheres) que estejam a realizar turismo em espaço rural e, uma vez que a amostra foi construída através do método de conveniência, não representa a população turística em geral. Contudo, permite obter informações para as questões subjacentes ao objetivo do estudo.

A pesquisa foi realizada na região do Minho Lima (Norte de Portugal), relevante pela influência do TER naquela área geográfica. Como não havia possibilidade de obter representatividade por amostragem probabilística, limitou-se a recolha de informação à Associação de Turismo de Habitação (TURIHAB) que - por sua vez - possui uma central de reservas onde comercializa casas de TER por todo país. Assim, como não era viável abrangê-las todas (por questões de tempo e de recursos financeiros), optou-se pelas casas das aldeias pertencentes à Associação de Turismo de Aldeia (ATA) comercializadas pela Central Nacional de Turismo no Espaço Rural (CENTER) com sede em Ponte de Lima e com *site* disponível para reservas online (anexo 1).

Foram abarcadas trinta e nove casas de alojamento (anexo 2) localizadas em sete aldeias: Branda da Aveleira, Castro Laboreiro, Cabração, Germil, Lindoso, Sistelo e Soajo, inseridas na sub-região do Minho Lima, pertencentes aos concelhos de Ponte de Lima, de Ponte da Barca, de Arcos de Valdevez e de Melgaço (detalhadas no estudo de caso). A figura 4.1 pretende retratar a sua localização geográfica.



Figura 4.1 – Mapa da região do Minho Lima e identificação das aldeias e a quantidade de alojamentos.

Fonte: Elaboração própria, adaptação do mapa da região do Minho-Lima, Ministério da Agricultura Mar, Ambiente e ordenamento do Território; Direção Regional de Agricultura e Pesca do Norte (2008-2012).

Foi previamente estabelecido um contato telefónico com a CENTER, realizando-se posteriormente uma visita pessoal para contextualizar o estudo e para perceber de que forma a associação poderia colaborar. A CENTER disponibilizou a lista de nomes, de endereços, de contatos telefónicos e de e-mails dos proprietários das casas selecionadas, alertando os mesmos para os objetivos desta investigação.

4.4.2 Método de elaboração e administração dos questionários

A investigação empírica possibilita recolher dados para melhor compreender o objeto em estudo, no sentido de responder às questões e/ou problemas pré-estabelecidos (Hill e Hill, 2005).

Esta fase iniciou-se com a recolha de informação através de inquéritos por questionários estruturados, com perguntas fechadas e com possibilidades de respostas curtas.

Para melhor conduzir o estudo, foi delineado um procedimento de operacionalização dos conceitos, sendo os questionários elaborados a partir desse processo (detalhado no apêndice 1). A figura 4.2 pretende ilustrar – de forma sucinta – essas etapas.

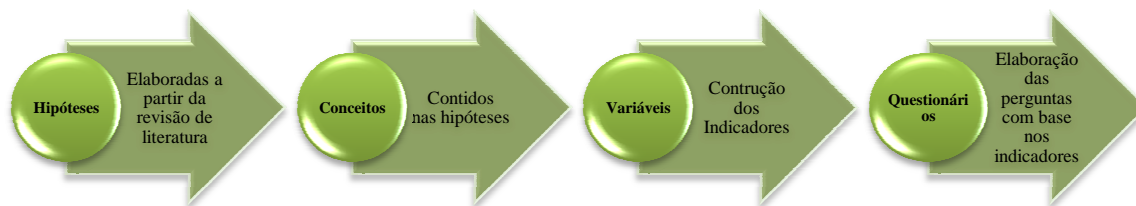


Figura 4.2 - Processo de elaboração da operacionalização dos conceitos

Fonte: Elaboração própria, baseado em Quivy e Campenhoudt (2008).

A opção pela aplicação do inquérito por questionário teve em linha de conta a possibilidade de recolher informações de um elevado número de respondentes e - relativamente a outros métodos - permitir maior rapidez no acesso às representações das pessoas inquiridas. Todavia, não foram descuradas as observações *in loco* e as informações veiculadas nas conversas informais com os proprietários das casas.

O questionário destinado aos turistas (apêndices 2, 3 e 4) estruturou-se em duas partes: (a) a primeira destinada aos dados sociodemográficos e (b) a segunda relacionada com as questões de género e a procura do TER (comportamentos relativamente às práticas das atividades face às diferenças de género e da percepção do turista face à oferta).

O questionário destinado aos proprietários dos alojamentos (oferta) (apêndice 5) foi dividido em três partes: (a) a primeira direccionada à oferta (meios de hospedagem, classificação e características das casas), (b) a segunda relativa às informações socioeconómicas e (c) a terceira relacionada com as diferenças de género e a oferta do TER (percepção da oferta face à procura).

A pesquisa empírica foi realizada entre os meses de junho e de setembro de 2012. Num primeiro momento, cada proprietário e/ou responsável das casas foi contactado via telefone, procurando-se aferir a sua disponibilidade, explicando-se em que consistiria essa cooperação e agendando-se datas de visita presencial às aldeias. De igual forma, esse contacto serviria para orientá-los nos procedimentos de distribuição dos questionários aos turistas e – por questões de rentabilização do tempo – aplicar-lhes a eles mesmos os questionários.

O roteiro de visita foi dividido em duas rotas com o objetivo de agrupar as aldeias que ficavam mais próximas. A primeira foi realizada no dia 30 de junho de 2012, englobando as aldeias de Germil, de Lindoso e do Soajo; a segunda rota aconteceu nos dias 07 e 08 de julho de 2012, da qual faziam parte as aldeias de Cabração, de Sistelo, de Branda da Aveleira e de Castro Laboreiro.

Distribuíram-se pessoalmente 390 questionários aos proprietários das 39 casas selecionadas para o estudo e, em cada uma delas, deixou-se um envelope com 10 exemplares em três idiomas (português, inglês e espanhol). Neste caso, a aplicação do instrumento de inquirição foi de administração indireta, ou seja, foram os proprietários das casas que lhes solicitavam o seu preenchimento. Dos 390 questionários iniciais, foram recolhidos apenas 70 questionários (taxa de retorno de 17,95%) e, desse total, somente 61 foram considerados para integrar a amostra (por motivo de falta de resposta na maioria das questões colocadas), o que corresponde a uma taxa de retorno efetiva de 15,64%.

Quanto à oferta, dos 23 proprietários e/ou responsáveis pelos alojamentos que fizeram parte da amostra, somente 13 responderam aos questionários, a taxa de retorno situou-se aproximadamente nos 60,87%.

4.4.3 Método de análise para análise de dados

Após a recolha de todos os questionários procedeu-se à compilação da informação, criando-se uma base de dados em Excel. Posteriormente, procedeu-se à sua análise univariada (distribuição de frequências, medidas de localização, de tendência central e de dispersão). Relativamente às perguntas com possibilidades de respostas curtas, a análise de conteúdo permitiu codificar as expressões constantes nas respostas dos inquiridos, distribuindo-se depois as respetivas frequências em categorias.

Através dos questionários aplicados aos turistas, foi possível (1) caracterizar o seu perfil sociodemográfico e (2) compreender como é que a procura do TER é influenciada pelas diferenças de género (identificar as motivações para a escolha do destino, identificar o tipo de atividades disponibilizadas, identificar as atividades praticadas por homens e por mulheres).

No que diz respeito aos proprietários (oferta), os dados recolhidos permitiram (1) caracterizar o seu perfil sociodemográfico, (2) descrever o tipo de alojamento de TER e (3) analisar o tipo de atividades oferecidas e praticadas pelos turistas.

4.5 Aldeias turísticas da região do Minho Lima - estudo de caso

4.5.1 Caracterização demográfica e socioeconómica do Minho Lima

A sub-região do Minho Lima pertence à região do Minho (norte de Portugal), sendo constituída pelos concelhos de Arcos de Valdevez, de Caminha, de Melgaço, de Monção, de Paredes de Coura, de Ponte da Barca, de Ponte de Lima, de Valença, de Vila Nova de Cerveira e de Viana do Castelo (cf. figura 4.3). Integrando este último distrito, apresenta uma extensão territorial de 2 255 km² e densidade demográfica de 112,76 hab/ km². Em termos geográficos, faz fronteira a sul com a sub-região do Cávado, a norte e a oeste com Espanha e a este com o oceano Atlântico (INE, 2011).

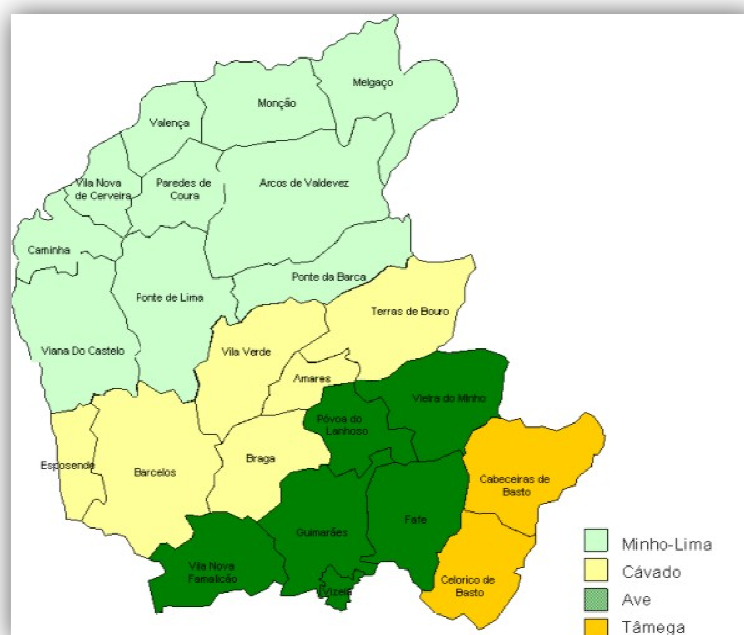


Figura 4.3 - Mapa da Região do Minho e sub-regiões

Fonte: AIMINHO – Associação Empresarial (2009).

Segundo o mesmo organismo (INE, 2011), a sub-região tem uma população de 244 947 habitantes, com 114 555 homens e 130 392 mulheres.

O grupo etário mais representado engloba pessoas desde os 25 aos 64 anos (136 644 pessoas), sendo o menos representado o que compreende as idades entre os 15 e os 24 anos (27 513 pessoas).

Segundo o INE (2011), entre 2001 e 2011, a população da região teve um decréscimo de 5 623 habitantes. O índice de envelhecimento populacional, a emigração, a alta taxa de mortalidade e a baixa taxa de natalidade podem ser indicadores para esse decréscimo, bem como a imigração para o litoral e/ou para os centros urbanos, pelo que o concelho de Viana do Castelo apresenta a maior percentagem da população residente.

O tecido empresarial caracteriza-se por empresas de pequena dimensão, com menos de dez trabalhadores, valor que se encontra abaixo da média nacional. Na indústria, encontra-se a produção de laticínios, a transformação de madeiras, a cerâmica e a pirotecnia. Ressalta-se, ainda, a atividade piscatória circunscrita a alguns rios e ao mar.

A base económica da região assenta na agricultura, embora – atualmente - não corresponda a uma produção de grande escala. As características rurais são visíveis, encontrando-se a região em declínio agrícola que ocupa um lugar cada vez menos significativo nos rendimentos familiares. Segundo a Associação do Desenvolvimento Rural Integrado do Lima (ADRIL, 2010), as influências demográficas (sobretudo no que se refere ao envelhecimento da população e ao êxodo rural dos mais jovens) e a concorrência ao setor agrícola foram as principais causas por este tipo de situação. Predomina a pequena agricultura destinada essencialmente ao autoconsumo, ainda que alguma dessa produção seja comercializada em mercados locais. Todavia, existem explorações de maior dimensão, em blocos dispersos - como é o caso da vinha e da criação de gado - com produtividades económicas efetivas e com condições de competitividade (ADRIL, 2010).

A ADRIL (2010) entende o turismo como um apoio estratégico ao fomento da base económica face ao declínio agrícola da região. O TER ainda *caminha* lentamente, alicerçado num sistema informal e familiar, não se distinguindo – por vezes - as atividades ligadas à atividade económica das atividades domésticas não remuneradas, impossibilitando quantificar o contributo real para o setor.

O Plano Regional de Ordenamento do Território do Norte – PROT-NORTE (2007) identificou os principais produtos turísticos da região. Entre eles destacam-se o Turismo de Natureza e Aventura/Norte Ativo, Turismo Rural, Enoturismo/Norte Vinhateiro, Turismo Histórico-Cultural e, com menor impacto, o Turismo de Saúde, sobretudo na utilização das termas. Para a exploração turística contribuem ainda o alojamento no espaço rural, a rota do vinho Verde, o caminho de Santiago, o Parque Nacional da Peneda-Gerês, a náutica de recreio, a paisagem (mar, rio, vale, serra e montanha) e 172 imóveis/bens patrimoniais classificados (23 arqueológicos, 73 civis, 17 militares e 59 religiosos).

A figura 4.4 apresenta as principais atividades oferecidas por empresas de animação turística e as respetivas atrações regionais.

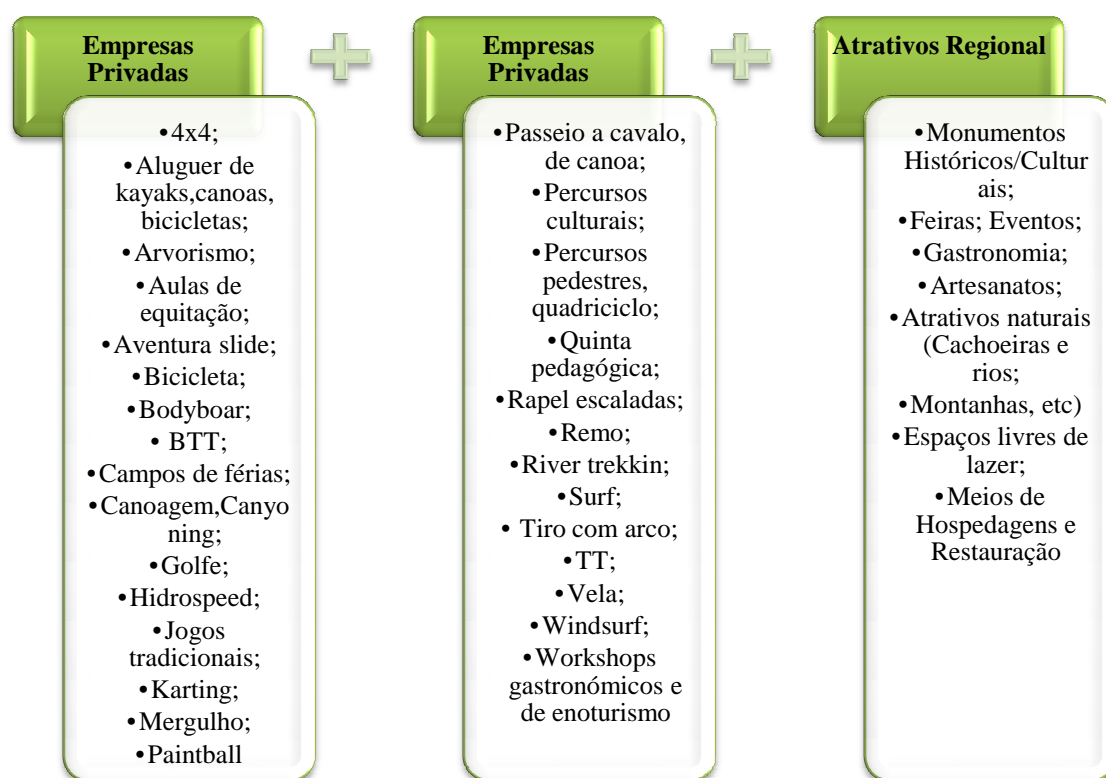


Figura 4.4 - Principais ofertas turísticas no Minho Lima.

Fonte: Elaboração própria, baseada na Central Nacional de Reservas do Turismo no Espaço Rural – CENTER (2011); Estudo de Caracterização do Turismo no Espaço Rural e do Turismo de Natureza em Portugal, IESE (2008).

A sub-região do Minho Lima é constituída por 10 concelhos; porém, apenas quatro foram considerados para o estudo empírico - Ponte de Lima, Ponte da Barca, Arcos de Valdevez e

Melgaço, todos pertencentes ao distrito de Viana do Castelo e cuja sucinta descrição se encontra nos pontos seguintes.

4.5.1.1 Ponte de Lima

O concelho integra 51 freguesias, sendo limitado a norte pelo município de Paredes de Coura, a leste por Arcos de Valdevez e por Ponte da Barca, a sudeste por Vila Verde, a sul por Barcelos, a oeste por Viana do Castelo e por Caminha e a noroeste por Vila Nova de Cerveira. O INE (2011) - através do Recenseamento da População - identificou 43 594 habitantes (20 554 homens e 23 040 mulheres) e a densidade demográfica é de 138,23 hab/km², pelo que é o concelho com maior percentagem de jovens.

A base da economia local é a agricultura de minifúndio, cuja qualidade dos cultivos (milho, batata, vinha) se deve – em parte – à riqueza hidrográfica do meio envolvente.

Porém, a diminuição significativa no setor primário contrariou a relativa ascensão dos setores secundário e terciário, particularmente na implementação de *clusters* de desenvolvimento do ramo automóvel e do ramo agroalimentar. Destacam-se os polos industriais da Gemieira e da Queijada, existindo pretensões de expansão para um polo voltado para a exploração e para a comercialização de granito e de pedra natural. Atualmente, são os serviços que empregam mais pessoas – entre outros do género, bancos, seguradoras, hotelaria e restauração são os que têm maior expressão (Câmara Municipal de Ponte de Lima, 2011).

Relativamente ao turismo, a Câmara Municipal de Ponte de Lima (2011) aponta-o como uma oportunidade para o concelho, uma vez que a região tem inúmeros pontos de interesse (paisagem natural, cultura e património edificado). O município é precursor no Turismo Rural nas modalidades de agroturismo, de turismo de habitação e de turismo em espaço rural, possuindo diversos empreendimentos turísticos, solares e hotéis. Relativamente aos equipamentos e aos serviços turísticos destacam-se a gastronomia (capital do arroz de sarrabulho à Ponte de Lima), as feiras (feira do cavalo), os festivais (festival internacional de jardins), a peregrinação (Caminho Português de Santiago que constitui uma das velhas e medievais rotas de peregrinação), a área de Paisagem Protegida das Lagoas de Bertandós, uma quinta pedagógica, vários jardins temáticos, museus e teatros.

Com o objetivo de melhorar a oferta, surgiram novos empreendimentos e equipamentos turísticos tais como um campo de golfe, o centro equestre do Vale do Lima, um clube náutico e a feira de exposição Expolima (Câmara Municipal de Ponte de Lima, 2011).

As principais atividades oferecidas pelas empresas de animação turística são percursos pedestres, passeios a cavalo, percursos culturais, *workshops* gastronómicos e de enoturismo, aluguer de *kayaks*, canoas e bicicletas, BTT, golfe e aulas de equitação (Câmara Municipal de Ponte de Lima, 2011).

4.5.1.2 Ponte da Barca

Parte da localidade encontra-se inserida no Parque Nacional da Peneda Gerês e é constituída por 25 freguesias. Geograficamente, é limitada a norte pelo município de Arcos de Valdevez, a leste por Espanha, a sul por Terras de Bouro e por Vila Verde e a oeste por Ponte de Lima. Segundo o INE (2011), a população residente é de 12 027 habitantes (5 601 homens e 6426 mulheres) e a densidade demográfica é de 70,86 hab/km².

Com uma área eminentemente rural, a sua economia baseia-se no setor terciário, não possuindo indústria, embora com a expansão da construção civil se tenha notado um crescimento do setor secundário.

O turismo surge – assim - como uma *mais valia*, aproveitando os atrativos naturais, históricos e/ou culturais e contribuindo para a dinamização da economia local. Nesse âmbito, a oferta turística dispõe de meios de alojamento de TER distribuídos pelas freguesias do concelho, vários estabelecimentos de restauração, diversos eventos gastronómicos, religiosos e culturais, artesanato e produtos regionais. Por seu lado, também as empresas de animação turística oferecem serviços de passeios a pé, de bicicleta e a cavalo, de canoagem, de *river trekking*, de BTT, de *paintball* e de campos de férias (Câmara Municipal de Ponte da Barca, 2011).

4.5.1.3 Arcos de Valdevez

O concelho agrega 51 freguesias com população total de 22 855 habitantes (10 435 homens e 12 420 mulheres) e densidade demográfica de 54,01 hab/Km² (INE, 2011). Limita a norte com o município de Monção, a nordeste com Melgaço, a leste com a Galiza, a sul com Ponte da Barca, a sudoeste e a oeste com Ponte de Lima e a oeste com Paredes de Coura. Está integrado no Parque Nacional da Peneda Gerês e as principais atividades económicas são a agricultura, o comércio, a hotelaria, a construção civil, as indústrias alimentares, das madeiras e da metalurgia (Câmara Municipal de Arcos de Valdevez, 2011).

Relativamente aos equipamentos, serviços turísticos e meios de alojamento, existem vários hotéis, alguns estabelecimentos de turismo de habitação e de turismo rural, uma pousada da juventude e um parque de campismo. A restauração é diversa e – em relação ao entretenimento - existem festas tradicionais de cunho cultural e religioso, património histórico, artesanato, roteiros históricos e culturais. Entre outras atividades oferecidas pelas empresas de animação turística destacam-se os passeios a cavalo, a pé e de bicicleta, canoagem, *paintball*, BTT, jogos tradicionais e rotas culturais (Câmara Municipal de Arcos de Valdevez, 2011).

4.5.1.4 Melgaço

O município conta com 18 freguesias e uma população total de 9 187 habitantes (4 140 homens e 5 164 mulheres), com densidade demográfica de 38,39 hab/Km² (INE, 2011), a mais baixa da região. Melgaço apresenta duas áreas diferenciadas: (a) *Ribeirinha* que está na proximidade do rio com 11 freguesias e (b) *Montanha* que engloba 7 freguesias. As principais atividades económicas consistem na plantação de vinha, na produção e na transformação animal, na indústria e nos serviços. Dois dos produtos mais comercializados são o vinho Alvarinho e o fumeiro (Câmara Municipal de Arcos de Melgaço, 2011).

O turismo tem sido um aliado para *desenvolver* a economia local, com meios de hospedagem diversificados, disponibilizando estabelecimentos hoteleiros, casas de TER, casas de turismo de aldeia e pensões. A restauração aposta na gastronomia tradicional, rica em pratos regionais, disponibilizada em vários estabelecimentos. Aliás, o setor público - juntamente com outras entidades da região - criou eventos gastronómicos tais como *fim de semana gastronómico*, *festival do bacalhau*, *lampreia do Rio Minho*.

Também a câmara municipal e os agentes locais criaram outras atrações, entre as quais a rota do Vilarinho e o Solar do Vilarinho (espaço dedicado a promoção, divulgação e comercialização do vinho).

De igual forma, o património histórico, as feiras, os eventos religiosos, culturais e o ambiente natural são polos que os turistas podem visitar. Algumas empresas de animação turística fazem atividades, entre as quais percursos pedestres e equestres; passeios de bicicleta; canoagem; *rafting*; *canyoning*; *paintball*; slide; escalada rapel; tiro com arco; BTT e *karting cross* e *hidrospeed* (Câmara Municipal de Melgaço, 2011).

4.5.2 Aldeias turísticas

Como já se teve a oportunidade de referir, as aldeias selecionadas para este estudo estão localizadas na sub-região do Minho Lima, distribuídas pelos quatro concelhos descritos anteriormente e exibindo a marca *Aldeias de Portugal*, criada pela Associação do Turismo de Aldeia – ATA¹. Foram abrangidas pelo programa europeu *Ligação Entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural* (LEADER), cujo objetivo é valorizar os recursos específicos rurais (apêndice 6) e desenvolver estratégias adaptadas ao contexto local.

Nesse âmbito, as casas foram recuperadas para fins de alojamento turístico e - para a sua comercialização e promoção - a ATA e a TURIHAB criaram a Central Nacional do Turismo no Espaço Rural – CENTER (CENTER, 2011).

Com a finalidade de compreender melhor a dinâmica dessas aldeias, apresenta-se de seguida uma breve caracterização sociodemográfica, socioeconómica e turística de cada uma delas.

4.5.2.1 Aldeia de Cabração

Pertencente ao concelho de Ponte de Lima, Cabração situa-se entre a Serra de Arga e a cumeada de xistos do Formigoso, tendo 116 habitantes (51 do sexo masculino e 65 do sexo

¹ É uma associação, sem fins lucrativos, de âmbito nacional que tem como principal objetivo promover e valorizar as aldeias, o desenvolvimento e promoção dos territórios rurais, promoção e divulgação dos recursos locais e regionais, prestação de serviços e comercialização de produtos, promoção e realização de ações de formação profissional e a representação do interesse dos associados.

feminino) (INE 2011). A aldeia – em tempos ligada à exploração mineira, principalmente do estanho – tem contribuído para a especificidade histórica e cultural da região.

Mais recentemente, algumas casas da aldeia começaram a ser restauradas para exploração turística, aproveitando as valências do património cultural e edificado, das festas tradicionais religiosas, do artesanato local (tecelagem em linho, mantas de lã e de farrapos), da paisagem natural (rio e serra) e da gastronomia típica regional. Entretanto, relativamente a restauração, embora existam vários estabelecimentos, a maioria está localizado no entorno da aldeia, cerca de 14 km.

Os meios de alojamento comercializados pela CENTER são essencialmente as casas em xisto, cuja capacidade de acomodação varia entre 2 a 4 pessoas, com possibilidade de cama extra. No geral, as casas dispõem de sala de estar/jantar (sofá e TV) e cozinha (com produtos para preparação do pequeno-almoço). Inclui roupas de cama e de banho, bem como aquecimento elétrico. Os espaços exteriores são ajardinados, com *barbecue* portátil, estacionamento e mobiliário de jardim, não sendo permitidos animais de estimação. As reduzidas atividades de animação turística disponíveis na aldeia são os trilhos, os passeios a cavalo e a observação da natureza (CENTER, 2011).

4.5.2.2 Aldeia do Soajo

Inserida na Serra da Peneda, a aldeia do Soajo pertence à freguesia com o mesmo nome, concelho de Arcos de Valdevez. É considerada uma área tradicionalmente rural, em que as principais atividades económicas são baseadas na agricultura, na pecuária e na construção civil. Conta com um total de 977 habitantes, sendo 407 homens e 570 mulheres (INE, 2011). Não muito diferente da conjuntura do espaço rural no país, a população da aldeia tem diminuído, fator causado pela emigração ao longo dos anos.

Pelas suas características, a aldeia tem sido referência para o turismo de aldeia no Minho Lima, dispondo de restauração, de meios de alojamento e de múltiplos pontos de interesse turístico (património cultural e edificado; feiras; gastronomia e artesanato). No que diz respeito aos meios de hospedagem encontram-se disponíveis 6 casas (comercializadas pela CENTER) recuperadas (de vários tamanhos e albergando entre 2 a 8 pessoas), compostas por quartos (com roupas de cama), casa de banho (com roupas de banho), sala de

estar/jantar com lareira, *kitchenette* (fogão, frigorífico, micro-ondas, máquina de café e utensílios de cozinha). Todas possuem aquecimento central, áreas privativas, estacionamento e *barbecue*. Não aceitam animais de estimação e no que se refere ao leque de atividades de animação turística disponíveis salientam-se os trilhos, os passeios a cavalo e a observação da natureza (CENTER, 2011).

4.5.2.3 Aldeia de Sistelo

Localizada no concelho de Arcos de Valdevez, a aldeia conta com uma população de 269 habitantes, 106 homens e 163 mulheres (INE, 2011). A História relembra que – em tempos - Sistelo foi um pequeno povoado medieval, coexistindo ainda alguns desses traços arquitetónicos.

Tal como no passado, ainda hoje a principal atividade económica é a agricultura de subsistência e - no que respeita aos serviços e equipamentos turísticos – a maioria são suportados pelas localidades vizinhas e pela sede do concelho. Os meios de hospedagem comercializados pela CENTER limitam-se a quatro casas recuperadas que dispõem de quartos, de sala de estar e de jantar com lareira, de *kitchenette* equipada com fogão, frigorífico, micro-ondas, máquina de café, louça e utensílios de cozinha.

As casas variam de tamanho, com alojamento para 2 até 6 pessoas, não permitindo animais de estimação. Todas possuem áreas privativas, estacionamento e *barbecue*. Incluem roupas de cama e de banho, aquecimento central e disponibilizam produtos para a preparação do pequeno-almoço. No que se refere às atividades de animação turística realizadas na aldeia, existem os percursos pelos trilhos, os passeios a cavalo e a observação da natureza (CENTER, 2011).

4.5.2.4 Aldeia do Lindoso

A aldeia - que em tempos foi um ponto importante de apoio às batalhas no país - está inserida no parque nacional da Peneda Gerês, localizando-se na freguesia do Lindoso (concelho de Ponte de Barca) e distando cerca de 25 km da sede do concelho. Conta com uma população de 414 habitantes (186 homens e 228 mulheres) (INE, 2011) que se dedicam essencialmente à agricultura e à pastorícia.

No que se refere à oferta turística, a restauração é de gastronomia típica local e regional. A aldeia tem 8 casas típicas comercializadas pela CENTER, com capacidade de alojamento entre 2 a 6 pessoas, não sendo permitidos animais. São compostas por quartos, sala de estar/jantar com lareira, *kitchenette* (fogão, frigorífico, micro-ondas, máquina de café, louça e utensílios de cozinha); possuem áreas privativas, estacionamento e *barbecue*; incluem roupas de cama e de banho, aquecimento central e disponibilizam produtos para preparação do pequeno-almoço. No que se refere às atividades de animação turística existem trilhos, passeios a cavalo e observação da natureza.

No meio circundante está disponível outras atividades como feiras tradicionais locais (ex. Feira do Mel e do Fumeiro, jogos tradicionais (ex. malhada), festa e Feira do Linho, artesanato, festas religiosas e diversos ranchos folclóricos (CENTER, 2011).

4.5.2.5 Aldeia de Germil

Localizada na freguesia de Germil (concelho de Ponte de Barca), distancia-se 15 km da sede do concelho. Está inserida no parque nacional da Peneda Gerês e é identificada como uma aldeia típica de montanha. O difícil acesso contribuiu para o seu isolamento das demais localidades, submetendo a população ao auto sustento e ao comunitarismo, razões que podem explicar uma população total de 44 habitantes (19 homens e 25 mulheres). Tal como noutras aldeias, a agricultura de subsistência e o pastoreio são as atividades predominantes.

No que se refere ao turismo, a oferta ainda é reduzida, pelo que conta com o apoio de serviços de localidades próximas. No entanto, no que se refere aos alojamentos comercializados pela CENTER, existem 5 casas recuperadas, com capacidade para 2 a 6 pessoas. São compostas essencialmente por quartos, sala de estar/jantar com lareira, *kitchenette* (fogão, frigorífico, micro-ondas, máquina de café, louça e utensílios de cozinha), não permitindo animais de estimação. Possuem áreas privativas, estacionamento e *barbecue*. Incluem roupas de cama e de banho, aquecimento central e disponibilizam produtos para preparação do pequeno-almoço.

As atividades de animação turística realizadas na aldeia são os trilhos, os passeios a cavalo e a observação da natureza. Todavia, a observação dos aspetos da vida comunitária e de algum património histórico são focos de interesse para os turistas (CENTER, 2011).

4.5.2.6 Aldeia de Castro Laboreiro

Com uma população de 522 habitantes (194 homens e 328 mulheres), está localizada na freguesia com mesmo nome (situada no concelho de Melgaço), integrando o Parque Nacional da Peneda Gerês (INE, 2011). Conhecida pelo tipo de construções (castrejas) e pelos cães de raça *Castro Laboreiro*, apresenta um legado histórico que permanece através da arquitetura, da arqueologia e dos vários monumentos. Também as atrações naturais, a fauna (veados, cavalos selvagens, lobos, aves de rapina) e a flora (pinheiros, teixos, castanheiros, carvalhos e plantas medicinais) têm contribuído para o desenvolvimento do turismo (CENTER, 2011).

A oferta de equipamentos e de serviços turísticos englobam a restauração (essencialmente localizada na vila a que aldeia pertence), alojamentos e algumas atividades turísticas. No que concerne às cinco casas comercializadas pela CENTER, estas têm capacidade de alojamento entre 2 a 6 pessoas, não permitindo animais de estimação. No geral, são constituídas por quartos, sala de estar/jantar com lareira, *kitchenette* (fogão, frigorífico, micro-ondas, máquina de café, louça e utensílios de cozinha); possuem áreas privativas, estacionamento e *barbecue*. Incluem roupas de cama e de banho, aquecimento central e disponibilizam produtos para preparação do pequeno-almoço.

Aspetos como o artesanato, as tradições religiosas e culturais (fenómeno da transumância) e a gastronomia têm-se revelado importantes para o fomento do turismo (CENTER, 2011).

4.5.2.7 Aldeia de Branda da Aveleira

Situada na entrada do Parque Nacional da Peneda Gerês (freguesia de Gave, concelho de Melgaço), contabiliza 225 habitantes (87 homens e 138 mulheres) (INE, 2011).

Tradicionalmente agrícola, a população continua a vivenciar a “transumância”, isto é, em função das estações do ano, pessoas e animais alternam entre duas habitações – uma branda para o verão; outra inverneira para o inverno.

Algumas das casas rústicas, tipicamente denominadas *cardenhas*, foram recuperadas para o turismo, mantendo a sua traça original. A CENTER comercializa sete alojamentos compostos por quartos, sala de estar/jantar com lareira, *kitchenette* (fogão, frigorífico, micro-ondas, máquina de café, louça e utensílios de cozinha) e todas possuem áreas privativas, estacionamento e *barbecue*. No serviço incluem-se também as roupas de cama e de banho, aquecimento central, bem como produtos para confeção do pequeno-almoço. Contrariamente a outras casas, aceitam-se animais de estimação.

Os serviços e equipamentos de apoio turístico circunscrevem-se a alguns restaurantes nas imediações e - quanto aos atrativos - são identificados os eventos religiosos, as feiras, o património cultural e construído, o artesanato local, a gastronomia típica local/regional e o próprio ambiente natural (CENTER, 2011).

4.6 Conclusão

Ao longo deste capítulo, teve-se a preocupação de abordar sucintamente os métodos utilizados na recolha e no tratamento e análise dos dados. Relembre-se que - embora inicialmente tenha sido traçada uma outra metodologia -, percebeu-se que não se aplicava ao presente estudo empírico, dada a reduzida taxa de retorno dos inquéritos por questionário aos turistas, inviabilizando o teste estatístico das hipóteses enunciadas.

Igualmente, ao caracterizar sociodemograficamente a região e as aldeias, percebeu-se que a maioria da população está concentrada nas cidades perto do litoral; ainda assim, as aldeias continuam habitadas por um escasso número de pessoas.

Foi também possível verificar que apesar da oferta do TER na sub-região do Minho Lima ser consistente, a oferta nas aldeias em estudo é escassa e encontra-se - de certo modo - fragilizada.

CAPÍTULO 5 – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

5.1 Introdução

Segundo Martinez e Ferreira (2008), a análise dos dados é um procedimento necessário que permite estruturar e organizar as informações com o objetivo de facilitar a sua leitura.

Neste capítulo – foco principal do trabalho- apresentam-se os resultados do estudo empírico por referência ao seu objetivo geral, o qual pretende analisar até que ponto existem diferenças de género na procura do turismo em espaço rural face à oferta.

Assim, apresenta-se a análise e discussão dos dados obtidos através dos inquéritos por questionário aplicados quer aos proprietários/responsáveis pelos meios de alojamento, quer aos turistas. Nesse sentido, são elencadas as características dos meios de hospedagem no TER, os perfis sociodemográficos dos inquiridos e as questões relacionadas com as diferenças de género na procura e na oferta turística.

5.2 Caracterização das casas do turismo em espaço rural

Nesta secção são apresentadas as *características das casas* que compõem a oferta do TER e que integraram a amostra (tabela 5.1).

As informações recolhidas através dos questionários aos proprietários das casas nas aldeias - cujas respostas são em maior percentagem - dizem respeito a Lindoso, ao Soajo e a Germil. Quanto às aldeias de Sistelo e de Castro Laboreiro não há nenhuma resposta, talvez devido ao seu desinteresse e/ou pouca pré disposição para colaborar no estudo.

Tabela 5.1 - Localidade dos proprietários inquiridos

Localidade	Frequência absoluta	%
	13	100,00%
Branda da Aveleira	2	15,38%
Cabração	2	15,38%
Germil	3	23,08%
Lindoso	3	23,08%
Sistelo	0	0,00%
Castro Laboreiro	0	0,00%
Soajo	3	23,08%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Pela observação da tabela 5.2, nota-se que a maioria das casas está classificada como *Casa de Campo* e apenas uma como Alojamento Local², o que pode ter a ver com o novo regime jurídico estabelecido no Decreto-Lei N° 39/2008, em que as classificações do TER foram simplificadas e reduzidas a três.

Ainda assim, verificou-se que essas alterações não abrangeram todas as casas, mas - em conformidade com os proprietários -, aquelas que foram alteradas para a classificação *Casa de Campo* eram anteriormente classificadas como *Turismo de Aldeia*. Por seu lado, as que continuam com a classificação *Turismo de Aldeia* pode ter alguma relação ao que o novo regulamento define: quando *as casas de campo se situarem em aldeias e sejam exploradas de uma forma integrada, por uma única entidade, são consideradas como turismo de aldeia* (Decreto-Lei N° 39/2008). Porém, os proprietários não compreenderam e/ou não obtiveram esclarecimentos, por parte das entidades competentes sobre o motivo dessas alterações.

Quanto à *quantidade de casas que cada proprietário possui*, verifica-se que o máximo é de 3; no entanto, os que têm somente uma casa representam a maioria na amostra (8 proprietários). Ou seja, a média de casas por proprietário é de 1,46 e o desvio padrão é de 0,660 (tabela 5.2). O regulamento em vigor (*idem, ibidem*) explicita que os empreendimentos classificados como *Casa de Campo* e *Agroturismo* só podem ter no máximo 15 unidades de alojamento destinadas a hóspedes. Dessa forma, como existem outras casas que não estão vinculadas à CENTER, pode ser uma justificação para a quantidade de casas que cada proprietário possui.

Pese embora a quantidade de casas que cada proprietário possui, isso não constitui um fator relevante no que se refere à qualidade e à diversificação da oferta, sendo mais relevante o conjunto de alojamentos que a aldeia disponibiliza, a diversificação dos serviços oferecidos e a forma como são oferecidos aos turistas por cada proprietário.

² Essa classificação não está inserida nas classificações das casas no TER identificadas na revisão de literatura. Consideram-se *Alojamento local* os estabelecimentos de alojamento local, as moradias, apartamentos e estabelecimentos de hospedagem que, dispondo de autorização de utilização, prestem serviços de alojamento temporário, mediante remuneração, mas não reúnam os requisitos para serem considerados empreendimentos turísticos. Decreto-Lei n.º 39/2008, de 07 de março, art.º 3.º N.º 1 (p.141).

Relativamente às *características das casas* (tabela 5.2) é ainda possível constatar que embora existam casas com três quartos, a maioria das casas possuem apenas dois quartos, o que dá em média 1,89 quartos por casa e o desvio padrão de 0,689. Relativamente às casas de banho, a maioria possui somente 1, o que corresponde em média a 1,69 WC por casa e o desvio padrão³ de 0,751.

Como é visível, todas as casas possuem sala de estar e de jantar, *kitchenette*, produtos para pequeno-almoço, roupas de cama e de banho e aquecimento central. Já no que se refere à lareira e ao jardim/quintal 10 casas possuem. Relativamente à existência de *barbecue* a maioria das casas disponibilizam (7 casas). No que se refere à aceitação de animais, apenas uma permite. Quanto ao estacionamento, todas apresentam esse tipo de comodidade.

Estes resultados assemelham-se aos do estudo do IESE (2008) apenas no que se refere à existência de *kitchenette*, pois o IESE (2008) conclui que relativamente aos equipamentos e às infraestruturas dos estabelecimentos de TER/TN no país, esses disponibilizam sobretudo TV cabo/satélite, cozinha coletiva e *kitchenette*, piscinas descobertas, salas de jogos e campos de ténis.

Acrescenta Silva (2006) que o TER apresenta dois tipos de estabelecimentos, um com as características de nobreza (como é o caso dos solares e das casas apalaçadas) e outro relacionado com o arquétipo das casas rústicas características das pessoas do campo com algumas posses. Nesse sentido, os estabelecimentos do atual estudo estão mais direcionados para a segunda ideia.

Tabela 5.2 - Classificação e caracterização das casas

Caracterização das Casas	Frequência absoluta	%	Média	Desvio Padrão
Classificação das casas	13	100,00%		
Casas de Campo	7	53,85%		
Turismo de Aldeia	4	30,77%		
Turismo rural	1	7,69%		
Outro/alojamento local	1	7,69%		
Quantas casas possuem	13	100,00%		

³ Nota-se que o desvio padrão está muito próximo do valor desejado (zero), indicando que não há variabilidade, ou seja, os valores são iguais à média, pois quanto mais próximo de 0 o desvio padrão estiver, melhor será o indicador da média.

Tabela 5.2 - Classificação e caracterização das casas (continuação)

1	8	61,54%	1,46	0,660
2	4	30,77%		
3	1	7,69%		
Quartos por casa	13	100,00%		
1	4	30,77%	1,85	0,689
2	7	53,85%		
3	2	15,38%		
Banheiros por casa ou quartos	13	100,00%		
1	6	46,15%	1,69	0,751
2	5	38,46%		
3	2	15,38%		
Sala de estar e jantar	13	100,00%		
Sim	13	100,00%		
Não	0	0,00%		
Lareira	13	100,00%		
Sim	10	76,92%		
Não	3	23,08%		
Kitchenette	13	100,00%		
Sim	13	100,00%		
Não	0	0,00%		
Jardim/quintal	13	100,00%		
Sim	10	76,92%		
Não	3	23,08%		
Barbecue	13	100,00%		
Sim	7	53,85%		
Não	6	46,15%		
Produto para pequeno-almoço	13	100,00%		
Sim	13	100,00%		
Não	0	0,00%		
Roupas de cama e banho	13	100,00%		
Sim	13	100,00%		
Não	0	0,00%		
Aceita animais	13	100,00%		
Sim	7	53,85%		
Não	6	46,15%		
Estacionamento	13	100,00%		
Sim	11	84,62%		
Não	2	15,38%		
Aquecimento central	13	100,00%		
Sim	13	100,00%		
Não	0	0,00%		

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Observa-se que no que respeita às informações recolhidas acerca das casas, estas encontram-se em consonância com as sugeridas no site da CENTER, querendo isto significar que as descrições expostas vão de encontro à realidade existente. Por outro lado, segundo os proprietários e a CENTER, apesar de algumas das casas constarem do site, por motivos burocráticos ainda não estão *liberadas* para alugar.

5.3 Caracterização das atividades de animação turística oferecidas pelas casas

Neste item é feita a análise de um grupo de questões referentes ao número de turistas que frequentou as casas de TER, bem como perceber o tipo de atividades de animação turística disponibilizadas, nomeadamente a sua diversificação e as formas de operacionalização.

Na tabela 5.3 verifica-se que apenas 4 inquiridos responderam que *disponibilizam de atividades* de animação turística, sendo perceptível que 9 proprietários *não disponibilizam*. Ao nível das ofertas todas incluem percursos pedestres, estando as demais atividades representadas em menor frequência. Embora existam alguns proprietários que estabelecem parcerias com empresas de animação turística, verifica-se que há uma propensão para que as mesmas sejam realizadas pelos próprios. Nesse sentido, ao comparar os resultados com os veiculados pelo estudo do IESE (2008), constata-se uniformidade apenas na atividade *percurso pedestre*, igualmente a mais representada.

Tabela 5.3 - Disponibilidade de atividades de animação turística pelos proprietários

Atividades Disponibilizada/Proprietário	Frequência absoluta	%
	13	100,00%
Sim	4	30,77%
Quais		
4x4	1	25,00%
Artesanato	1	25,00%
Atrativos naturais	2	50,00%
BTT	1	25,00%
Escaladas	1	25,00%
Espaços livres de lazer	1	25,00%
Eventos	1	25,00%
Feiras	1	25,00%
Monumentos históricos/culturais	1	25,00%
Paintball	1	25,00%
Passeio de canoa	1	25,00%
Percurso pedestre	4	100,00%
Quem Realiza as atividades	4	100,00%
Parceria com empresa de animação turística	1	25,00%

Tabela 5.3 - Disponibilidade de atividades de animação turística pelos proprietários
(Continuação)

Proprietário	2	50,00%
Proprietário e parceria com empresa de animação turística	1	25,00%
Não	9	69,23%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Apesar de ter sido mencionado pelos proprietários a existência de *disponibilidade de atividades turísticas*, verifica-se através da tabela 5.4 que 8 dos respondentes consideram fundamental a *diversificação na oferta* do TER, embora 5 não partilhem essa opinião.

Na perspetiva dos inquiridos que responderam afirmativamente, percebe-se que os passeios guiados, os passeios a cavalo e o percurso pedestre de trilhos são as atividades que melhor respondem à procura. Ainda assim, justificam a necessidade de diversificar a oferta para melhor satisfazer os interesses dos turistas que – em alguns casos - reclamam face à escassez de atividades.

A promoção de atividades mais variadas na localidade é igualmente considerada como *mais-valia* para a região. Conforme Cruz (2007), o destino turístico não se constitui pela oferta de alojamento e restauração, sendo fundamental complementar e combinar com múltiplos serviços de qualidade. Neste sentido, ressalta-se que a recreação no TER é importante para a competitividade do *produto*.

Tabela 5.4 - Perceção dos proprietários sobre a necessidade de diversificação da oferta turística do TER.

Necessidade de diversificação da oferta no TER	Frequência absoluta	%
	13	100,00%
Sim	8	61,54%
Quais		
Trilhos	3	37,50%
Passeio a Cavalo	3	37,50%
Passeio Bicicleta	2	25,00%
Restaurar Atrativos Históricos	1	12,50%
Desportos Radicais	1	12,50%
Passeios Guiados	3	37,50%

Tabela 5.4 - Percepção dos proprietários sobre a necessidade de diversificação da oferta turística do TER (continuação)

Rapel	1	12,50%
Porquê	8	100,00%
Aproveitar as montanhas existentes na localidade	1	12,50%
As atividades existentes não são realizadas na aldeia	1	12,50%
Aumentar a procura e a oferta	3	37,50%
Mais-valia para o lugar	1	12,50%
Os turistas reclamam porque não tem	2	25,00%
Não	5	38,46%
Porquê	5	100,00%
Convida os turistas à criatividade	1	20,00%
Os turistas querem sossego	4	80,00%
Quantos turistas receberam no ano anterior	13	100,00%
Menor ou igual a 50	9	69,23%
Entre 51 e 99	3	23,08%
Entre 100 e 199	1	7,69%
No ano anterior recebeu mais turistas homens ou mulheres	13	100,00%
Igual/casais	13	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Os proprietários que declaram que *não há necessidade de diversificação da oferta na localidade* (tabela 5.4), alegam que os turistas procuram sossego e relacionam a não existência de atividades de animação turística à possibilidade destes usarem a criatividade. Esta visão deixa transparecer que o próprio espaço rural *per si* é suficiente, não sendo fundamental nada para além do que já há. Por outro lado, esta percepção pode ser uma forma de não apontarem os seus empreendimentos como *menos qualificados* por não disponibilizarem quaisquer atividades. Na realidade, nota-se que a oferta é – em certa medida - improvisada e precária, pelo que os proprietários minimizaram a situação, invocando razões que se prendem com o *idílico* do campo.

No que diz respeito *ao género dos turistas recebidos no ano anterior*, verifica-se que todos os inquiridos respondem que a procura dos alojamentos por homens e por mulheres é a mesma, sendo essencialmente casais que querem aproveitar a natureza e conhecerem a localidade. No entanto, há uma queixa generalizada de que a procura ainda é muito reduzida (menor ou igual a 50 turistas no ano anterior), o que pode ter a ver com a oferta

reduzida, seja em termos de alojamentos, seja na diversificação das atividades turísticas. De entre estas, em algumas aldeias foi possível constatar que estão em más condições de acesso e/ou de utilização, como é o caso dos trilhos pedestres pouco sinalizados e mal cuidados.

Percebe-se que a oferta do TER apresenta uma estruturação familiar e, nesse sentido, ressalta-se que as limitações encontradas (tais como económicas e materiais) são determinadas pelo próprio modelo de organização dos negócios.

5.4 Perfil socioeconómico dos proprietários

Na variável *género* (tabela 5.5) percebe-se claramente que há uma predominância do sexo feminino, o que corrobora os estudos de Nogueira (2006), de Peralta e Alencar (2008) e de Andrade, Botelho, Fiúza e Pereira (2009).

Nogueira (2006) refere que as relações de género no agroturismo atribuem maior visibilidade às mulheres, uma vez que são as responsáveis pela gestão dos negócios. A autora (*idem, ibidem*) explica que esse fato está relacionado com a afinidade da mulher para com trabalho doméstico, sendo a atividade agroturística vista como subsidiária na hierarquia familiar rural, sobretudo quando comparada à atividade agrícola (em muitos locais ainda conectada ao género masculino). Para a autora (*idem, ibidem*), o que parece contribuir para a desigualdade de género não são os diferentes trabalhos praticados por homens ou mulheres, mas o *status* atribuído a cada atividade. Ainda segundo a autora (*idem, ibidem*), observou-se que a frequência masculina é relevante no agroturismo quando esse é a fonte principal de remuneração familiar; porém, mesmo nesses casos, as tarefas são distribuídas a partir de valorações consoante o género e a faixa etária. A autora (*idem, ibidem*) conclui – relativamente ao estudo de caso desenvolvido - que essa atividade é vista como *acessória*, não gerando *status* em termos de valoração das tarefas realizadas.

No que se refere ao *estado civil*, a maioria dos proprietários é casada e somente dois dos inquiridos são solteiros. Quanto à faixa etária, a que tem mais expressão integra pessoas com mais de 46 anos, perfazendo um total de nove indivíduos (tabela 5.5). No caso dos proprietários solteiros, a sua faixa etária situa-se entre os 26 e os 35 anos e, sendo filhos de antigos proprietários, encontram-se a prosseguir com o negócio (ou porque os pais já estão

com idade avançada ou simplesmente por não terem encontrado alternativa de trabalho noutro local).

Tabela 5.5 - Perfil dos proprietários dos meios de hospedagens

Perfil do proprietário	Frequência absoluta	%
Sexo	13	100,00%
Masculino	3	23,08%
Feminino	10	76,92%
Estado Civil	13	100,00%
Casado	8	61,54%
Solteiro	2	15,38%
Viúvo	3	23,08%
Faixa Etária	13	100,00%
26 e 35	2	15,38%
36 e 45	2	15,38%
46 e 55	3	23,08%
56 e 65	3	23,08%
Mais de 65	3	23,08%
Nível de Ensino concluído	13	100,00%
1º Ciclo	5	38,46%
3º Ciclo	3	23,08%
Secundária	3	23,08%
Superior	2	15,38%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Relativamente às observações feitas nos discursos dos proprietários durante a administração direta dos questionários, nota-se que marido e mulher trabalham juntos e que o estabelecimento turístico é “a profissão principal”. As tarefas de limpeza, de arrumação das casas e a preparação dos pequenos-almoços são obrigações das mulheres; quanto aos homens responsabilizam-se em receber os hóspedes, em fazer os passeios (caso haja esse tipo de oferta), em participar nas reuniões de associações e em gerir financeiramente o negócio. Essas mesmas distinções de tarefas atribuídas aos homens (maridos) e as mulheres são encontradas em Amorim e Barros (2006).

Outra reflexão decorrida no estudo empírico – também veiculada em Cánoves *et al.* (2004) - é que quando a profissão principal não se resume à atividade turística, cabe às mulheres a gestão do negócio, bem como todos os afazeres domésticos associados, ainda que possam contar com apoio dos cônjuges nas questões burocráticas e/ou financeiras.

Quanto à variável *nível de ensino já concluído* (tabela 5.5) verifica-se que a maioria dos inquiridos (N=5) tem a escolaridade do 1.º ciclo do ensino básico.

Em relação à *situação da profissão principal* apresentada na tabela 5.6, observa-se que o *trabalhador por conta própria* é predominante (N=8), isto é, não exercem – concomitantemente - outra profissão.

Tabela 5.6 - Profissão, situação profissional e rendimento dos proprietários

Profissão	Frequência absoluta	%
Profissão principal	13	100,00%
Área da saúde	1	7,69%
Comerciante	2	15,38%
Doméstica	2	15,38%
Restauração	2	15,38%
Estética	1	7,69%
Agricultura	1	7,69%
Somente no estabelecimento turístico	4	30,77%
Situação profissional na profissão principal	13	100,00%
Patrão	2	15,38%
Reformado	1	7,69%
Trabalhador por conta de outrem	2	15,38%
Trabalhador por conta própria	8	61,54%
Formação técnica na área que trabalha	13	100,00%
Sim	5	38,46%
Congelação	1	20,00%
Cozinheira/direção técnica de restauração	1	20,00%
Estética e cosmetologia	1	20,00%
Marketing turístico	1	20,00%
Serviços	1	20,00%
Não	8	61,54%
Valor medio do rendimento líquido mensal do agregado familiar	13	100,00%
0 a 499	1	7,69%
500 a 999	9	69,23%
1000 a 1999	2	15,38%
2000 a 3999	1	7,69%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

No que diz respeito ao *valor médio do rendimento líquido mensal do agregado familiar* (tabela 5.6), 9 dos proprietários inquiridos dizem auferir entre 500€ a 999€, incluindo os que trabalham somente no estabelecimento turístico.

Quanto à *formação na área profissional da profissão principal* (tabela 5.6), 8 inquiridos responderam que não têm qualquer formação específica, enquanto 5 afirmam ter formação na área da restauração, dos serviços e do marketing turístico.

Por seu lado, a tabela 5.7 deixa perceber que somente 4 dos respondentes têm *formação na área do turismo* ou relacionada (por exemplo, primeiros socorros e/ou marketing turístico).

No entanto, a percentagem residual de formação adequada leva a considerar que os recursos humanos são tecnicamente pouco qualificados para a área do turismo. Na mesma linha, Mesquita (2010) também identificou falta de formação técnica nas unidades de alojamentos do TER na região de Trás-os-Montes.

No que concerne aos proprietários que *trabalham no empreendimento* (tabela 5.7), 8 referem trabalhar sozinhos, sendo maioritariamente do sexo feminino. Dos 5 que trabalham com familiares, 4 fazem-no com o marido ou com a mulher.

Relativamente ao *tempo de trabalho na área do turismo*, a maioria contabiliza mais de cinco anos de serviço.

Tabela 5.7 - Formação e tempo de trabalho dos proprietários no setor do turismo

Formação na área de turismo	Frequência absoluta	%
	13	100,00%
Sim	4	30,77%
Outro/ marketing	2	50,00%
Primeiros socorros	2	50,00%
Não	9	69,23%
Há quanto tempo trabalha no turismo	13	100,00%
0 e 1 ano	3	23,08%
3 e 4 anos	2	15,38%
4 e 5 anos	3	23,08%
Mais de 5 anos	5	38,46%
Quem trabalha no empreendimento	13	100,00%
Familiar	5	38,46%
Marido e Mulher	4	80,00%
Mãe e Filha	1	20,00%
Sozinho	8	61,54%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Outro aspeto identificado na observação *in loco* e através de conversas informais com os inquiridos, é o fato de alguns proprietários morarem noutras localidades e/ou noutros países, deixando as casas à responsabilidade de familiares que habitam há muito tempo na aldeia. A esses cabe a organização das casas (entre outros, limpeza e preparação do pequeno almoço) e a receção dos turistas, embora sintam diversas dificuldades devido à idade avançada e/ou à pouca formação na área do turismo, aqui se incluindo o desconhecimento de idiomas que não o Português. Apesar de demonstrarem atenção e afabilidade para com os turistas - e ainda que estes apreciem o contacto direto com as pessoas locais e os seus modos de vida – é fundamental pautar a ação e os serviços por

critérios de qualidade, de informação pertinente e de formação para melhor atender a procura. A propósito, Vareiro (2007) considera que ainda existe muito ‘amadorismo’ no turismo, o que se traduz em profissionais pouco qualificados nos setores público e privado no Minho Lima.

De igual modo, e almejando uma compreensão sistémica da temática, parece impreterível oferecer atividades diversificadas de recreação e de lazer, capazes de enriquecer o produto (neste caso, o TER), tornando-o mais competitivo nos mercados.

5.5 Perceção dos proprietários na prática das atividades pelos turistas (homens e mulheres) face às atividades oferecidas.

Nesta secção serão apresentados os resultados das questões relacionadas com a perceção da oferta acerca das diferenças de género.

De entre as *atividades oferecidas na localidade* (tabela 5.8), a maioria dos proprietários inquiridos (N=11) afirma que a localidade oferece percursos pedestres, sendo a atividade referida com maior frequência, seguida pelos atrativos naturais e pelos espaços livres de lazer.

A tabela 5.8 deixa ainda perceber que a maioria dos inquiridos considera que as *atividades são praticadas tanto por homens, quanto por mulheres*. Relativamente às primeiras, somente uma pessoa referiu o paintball como atividade mais praticada pelos homens e outro inquirido respondeu que o artesanato era o mais *procurado pelas mulheres*. Visivelmente percebe-se que a opinião dos proprietários é consensual sobre a prática das atividades, de igual forma, tanto pelos turistas do sexo masculino quanto pelos turistas do sexo feminino.

Tabela 5.8 - Atividades mais praticadas/procuradas por homens, por mulheres e por ambos

Total de Proprietários Inquiridos 13								
Atividades	Oferecidas		Homens		Mulheres		Homens e mulheres	
	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%
4x4	1	7,69%	0	0,00%	0	0,00%	1	100,00%
Artesanato	2	15,38%	0	0,00%	1	50,00%	1	50,00%
Atrativos naturais	5	38,46%	0	0,00%	0	0,00%	5	100,00%
BTT	1	7,69%	0	0,00%	0	0,00%	1	100,00%

Tabela 5.8 - Atividades mais praticadas/procuradas por homens, por mulheres e por ambos (continuação)

Escaladas	1	7,69%	0	0,00%	0	0,00%	1	100,00%
Espaços livres de lazer	3	23,08%	0	0,00%	0	0,00%	3	100,00%
Eventos	1	7,69%	0	0,00%	0	0,00%	1	100,00%
Feiras	1	7,69%	0	0,00%	0	0,00%	1	100,00%
Gastronomia	1	7,69%	0	0,00%	0	0,00%	1	100,00%
Monumentos históricos/culturais	1	7,69%	0	0,00%	0	0,00%	1	100,00%
Paintball	1	7,69%	1	100,00%	0	0,00%	0	0,00%
Passeio de canoa	2	15,38%	0	0,00%	0	0,00%	2	100,00%
Percorso pedestre	11	84,62%	0	0,00%	0	0,00%	11	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Na tabela 5.9 é possível verificar que 8 dos proprietários inquiridos parecem concordar que quando as *mulheres estão acompanhadas por homens praticam as mesmas atividades* (ou sejam considerando que a média é 6 e o desvio padrão é de 1,472, entende-se que a resposta está mais direcionada para a qualificação *concordo completamente*).

Contudo, quando as *mulheres viajam sozinhas*, nota-se que a maioria dos proprietários inquiridos *discorda completamente*, a média da escala corresponde a 3,08 e o desvio padrão é de 2,100, mas é notável que existem alguns inquiridos que nem concordam nem discordam dessa opinião.

Relativamente à variável *viajando acompanhadas pelo mesmo sexo praticam atividades diferentes daquelas que quando não estão acompanhados pelo sexo oposto*, verifica-se que as opiniões dos inquiridos encontram-se dispersas, havendo uma ligeira tendência para a *concordância* (a média é 4,08 e o desvio padrão é 2,362). De igual forma, na variável *homens viajando sozinhos praticam atividades diferentes* (tabela 5.9), constata-se uma subtil propensão para a concordância (a média da escala é de 4,31 e o desvio padrão de 2,136).

Tabela 5.9 - Caracterização do nível de opinião dos proprietários sobre as diferenças de género na prática das atividades turísticas no TER

Discordo completamente - Concorde Completamente	Mulheres acompanhadas por homens praticam as mesmas atividades								Média	Desvio Padrão	
	Escala		1	2	3	4	5	6	7	6,00	1,472
	Frequência absoluta	13	0	0	1	2	1	1	8		
	%	100%	0,00%	0,00%	7,69%	15,38%	7,69%	7,69%	61,54%		
	Mulheres viajando sozinhas praticam atividades diferentes								Média	Desvio Padrão	
	Escala		1	2	3	4	5	6	7	3,08	2,100
	Frequência absoluta	13	5	1	1	3	1	1	1		
	%	100%	38,46%	7,69%	7,69%	23,08%	7,69%	7,69%	7,69%		
	Acompanhado (a) pelo mesmo sexo praticam atividades diferentes quando não estão acompanhados pelo sexo oposto								Média	Desvio Padrão	
	Escala		1	2	3	4	5	6	7	4,08	2,362
	Frequência absoluta	13	3	1	1	3	0	2	3		
	%	100%	23,08%	7,69%	7,69%	23,08%	0,00%	15,38%	23,08%		
	Homens sozinhos praticam atividades diferentes								Média	Desvio Padrão	
	Escala		1	2	3	4	5	6	7	4,31	2,136
	Frequência absoluta	13	2	1	1	3	2	1	3		
%	100%	15,38%	7,69%	7,69%	23,08%	15,38%	7,69%	23,08%			

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

No que diz respeito à variável em que as *atividades estão mais direcionadas para os homens* (tabela 5.10) verifica-se que a maioria dos proprietários inquiridos *discorda completamente*.

Tabela 5.10 - Caracterização do nível de opinião dos proprietários sobre as diferenças de género na oferta do TER

Discordo completamente - Concorde Completamente	As atividades estão mais direcionadas para homens									Média	Desvio Padrão
	Escala		1	2	3	4	5	6	7	3,38	2,256
	Frequência absoluta	13	4	1	3	1	1	1	2		
	%	100%	30.77%	7.69%	23.08%	7.69%	7.69%	7.69%	15.38%		

Tabela 5.10 - Caracterização do nível de opinião dos proprietários sobre as diferenças de género na oferta do TER (continuação)

Discordo completamente - Concorde Completamente	As atividades estão mais direcionadas para mulheres									Média	Desvio Padrão
	Escala		1	2	3	4	5	6	7	2,46	1,198
	Frequência absoluta	13	4	2	4	3	0	0	0		
	%	100%	30,77%	15,38%	30,77%	23,08%	0,00%	0,00%	0,00%		
	As atividades estão direcionadas para ambos									Média	Desvio Padrão
	Escala		1	2	3	4	5	6	7	5,62	1,758
	Frequência absoluta	13	0	1	0	4	0	1	7		
	%	100%	0,00%	7,69%	0,00%	30,77%	0,00%	7,69%	53,85%		
	As atividades não estão direcionadas para família com crianças									Média	Desvio Padrão
	Escala		1	2	3	4	5	6	7	3,54	1,941
	Frequência absoluta	13	3	1	2	3	2	1	1		
	%	100%	23,08%	7,69%	15,38%	23,08%	15,38%	7,69%	7,69%		

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Na tabela 5.10 é ainda possível observar que - relativamente às *atividades não estarem direcionadas para família com crianças* - a maioria das respostas dos proprietários se concentra no nível 1 (discordo completamente) e no nível 4 (nem concordo nem discordo). Uma vez que a média da escala é de 3,54, a tendência das respostas é para o *discordo a discordo completamente*.

Segundo os proprietários, nunca houve nenhum relato por parte das mulheres que visitam o TER de que *algumas atividades estão direcionadas para o público masculino* e, da mesma forma, também elas não *procuram por atividades que não estão disponíveis na oferta* (tabela 5.11). Para alguns dos proprietários já não existem diferenças de géneros, pois os homens e as mulheres procuram/praticam as mesmas atividades e, como os proprietários recebem mais casais, acrescentam que não faz sentido um sair para conhecer a aldeia e o outro ficar no alojamento. Assim, nota-se que – em certa medida - a oferta pode condicionar os turistas na escolha das mesmas coisas.

Nesse sentido, pode existir algum tipo de justificação por parte da oferta, ao afirmarem que os turistas *querem ou procuram as mesmas coisas*, assim, entende-se que como não existe

diversificação de atividades turísticas nas aldeias, os proprietários podem ter dado essa opinião como forma de não penalizarem seus próprios negócios.

Tabela 5.11 - Caracterização do nível de percepção dos proprietários sobre o público feminino

Nunca – Sempre	As mulheres relatam que as atividades estão voltadas para o público masculino									Média	Desvio Padrão
	Escala		1	2	3	4	5	6	7	1,00	0,000
	Frequência absoluta	13	13	0	0	0	0	0	0		
	%	100%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
	As mulheres procuram por algumas atividades que não estão disponíveis na oferta									Média	Desvio Padrão
	Escala		1	2	3	4	5	6	7	1,00	0,000
	Frequência absoluta	13	13	0	0	0	0	0	0		
	%	100%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

A tabela 5.12 expõe a opinião dos proprietários quanto ao tipo de atividade praticada quando um dos géneros está sozinho no TER. Assim, quando os *homens estão sozinhos* praticam e/ou procuram percursos pedestres, atrativos naturais, BTT, 4x4, *paintball* e passeios de canoa e escalada. Por seu lado, quando *as mulheres estão sozinhas* praticam e/ou procuram percursos pedestres, artesanato, espaço livre de lazer, atrativos naturais, eventos, feiras e gastronomia.

Tabela 5.12 - Atividades praticadas/procuradas por homens sozinhos e mulheres sozinhas

Atividades	Homens Sozinhos		Mulheres Sozinhas		Total de Inquiridos 13	
	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%
4x4	1	100,00%	0	0,00%	1	100,00%
Artesanato	0	0,00%	2	100,00%	2	100,00%
Atrativos naturais	4	80,00%	1	20,00%	5	100,00%
BTT	1	100,00%	0	0,00%	1	100,00%
Escaladas	1	100,00%	0	0,00%	1	100,00%
Espaços livres de lazer	0	0,00%	3	100,00%	3	100,00%
Eventos	0	0,00%	1	100,00%	1	100,00%
Feiras	0	0,00%	1	100,00%	1	100,00%
Gastronomia	0	0,00%	1	100,00%	1	100,00%

Tabela 5.12 - Atividades praticadas/procuradas por homens sozinhos e mulheres sozinhas (continuação)

Monumentos históricos/culturais	0	0,00%	1	100,00%	1	100,00%
Paintball	1	100,00%	0	0,00%	1	100,00%
Passeio de canoa	2	100,00%	0	0,00%	2	100,00%
Percurso pedestre	5	45,45%	6	54,55%	11	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Na opinião dos inquiridos, os percursos pedestres e os atrativos naturais são *praticados tanto por homens quanto por mulheres quando estão sozinhos*; acrescentam ainda que *as mulheres quando estão sozinhas* procuram os percursos pedestres com maior frequência do que os homens (tabela 5.12).

Embora se verifique – através da perceção dos proprietários – que as atividades disponíveis sejam praticadas e/ou procuradas tanto por homens, como por mulheres (quando sozinhos), é notório que as primeiras podem ser enquadradas nas categorias consideradas mais radicais (4x4, BTT, escaladas, paintball e passeios de canoa). Vários estudos focados nos capítulos do enquadramento teórico – por exemplo, Vieira, Villano e Tubino (2003) e Dutra, Senna e Ferreira (2008) – classificam-nas como “mais masculinas”. Quanto às mulheres parecem procurar atividades “mais femininas” (artesanato, atrativos naturais, espaços livres de lazer, eventos, feiras, gastronomia, monumentos históricos/culturais e percursos pedestres). Nesse sentido, as afirmações dos proprietários acabam por denunciar a existência de assimetrias de género advindas das questões culturais, as quais também condicionam a oferta no TER.

5.6 Caracterização sociodemográfica dos turistas

Neste ponto expor-se-ão os resultados das informações recolhidas através do inquérito por questionário relativamente aos dados sociodemográficos dos turistas (tabela 5.13).

Quanto à *aldeia em que os turistas responderam aos questionários*, percebe-se que Lindoso tem maior percentagem de respostas (52,46%), seguida de Germil (14,75%), de Castro Laboreiro (13,11%), do Soajo e de Branda da Aveleira (9,84%). As aldeias de Sistelo e Cabação não apresentam quaisquer respostas.

Tabela 5.13 - Local de hospedagem dos turistas

Descrição	Frequência absoluta	%
Localidade/ Aldeia	61	100,00%
Germil	9	14,75%
Branda da Aveleira	6	9,84%
Castro Laboreiro	8	13,11%
Soajo	6	9,84%
Lindoso	32	52,46%
Sistelo	0	0,00%
Cabração	0	0,00%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Estes resultados podem ser associados aos fatores de acesso e de localização, uma vez que a aldeia de Lindoso está mais próxima dos atrativos turísticos do parque nacional da Peneda Gerês. Quanto à aldeia de Germil, apesar dos acessos difíceis e das escassas atrações, tem a segunda maior percentagem de respostas, pelo que se entende que a colaboração dos proprietários foi um aspeto decisivo. Relativamente às aldeias que não apresentam quaisquer dados, os proprietários justificam, informando não ter havido turistas hospedados no período em que foi realizada a administração do questionário.

No que diz respeito à análise da variável *género* (tabela 5.14), a maioria dos turistas inquiridos é do sexo feminino (62,30%) e o sexo masculino representa 37,80%. Aproximadamente 41% dos turistas são solteiros e a *faixa etária* mais representada engloba pessoas entre os 26 e os 35 anos (42,62%); pelo contrário, a faixa etária com menor expressão é a que integra indivíduos com mais de 65 anos (5%). Nesse sentido, pode aferir-se que é o público jovem e do género feminino que mais procura o TER.

Ao comparar as respostas dos proprietários e dos turistas, constata-se que existe uma discrepância: os proprietários afirmam que os turistas que se hospedam nas casas geralmente são de igual forma em relação ao sexo, pois são mais casais (homens e mulheres). Essa discrepância pode ser associada ao fato de que, da maioria dos casais, as mulheres responderam mais aos questionários, como pode também nesse período de pesquisa, a procura ter sido mais de mulheres.

Tabela 5.14 - Género, estado civil e faixa etária dos turistas

Descrição	Frequência absoluta	%
Sexo	61	100,00%
Masculino	23	37,70%
Feminino	38	62,30%
Estado Civil	61	100,00%
Casado	24	39,34%
Divorciado	5	8,20%
Solteiro	25	40,98%
União de fato	7	11,48%
Faixa Etária	61	100,00%
15 e 25	7	11,48%
26 e 35	26	42,62%
36 e 45	7	11,48%
46 e 55	10	16,39%
56 e 65	8	13,11%
Mais de 65	3	4,92%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Na tabela 5.15 percebe-se que 86,98% dos respondentes vivem em *zona urbana* e apenas 13,11% vive em *zona rural*. Quanto ao *país de residência* dos inquiridos, Portugal é representado por 75,41% de turistas e quanto aos turistas estrangeiros vêm de Espanha (9,84%), de França (6,56%), da Holanda (3,28%) e de Inglaterra, Finlândia e Alemanha (1,64%). Em termos globais, os turistas estrangeiros representam 25% da amostra, tendo em conta que – entre esses - Espanha é o país com maior percentagem de visitantes no TER.

No que diz respeito aos turistas portugueses, residem maioritariamente nas zonas do Porto (36,96%) e de Lisboa (36,96%); os demais pertencem a outras localidades de Portugal.

Tabela 5.15 - Local de residência dos turistas

Descrição	Frequência absoluta	%
Zona	61	100,00%
Urbana	53	86,89%
Rural	8	13,11%
País de Residência	61	100,00%
Alemanha	1	1,64%
Espanha	6	9,84%

Tabela 5.15 - Local de residência dos turistas (continuação)

Finlândia	1	1,64%
França	4	6,56%
Holanda	2	3,28%
Inglaterra	1	1,64%
Portugal	46	75,41%
Concelho	46	100,00%
Amadora	1	2,17%
Barcelos	3	6,52%
Braga	1	2,17%
Caldas da Rainha	1	2,17%
Cascais	1	2,17%
Castelo de Paiva	1	2,17%
Gondomar	2	4,35%
Lisboa	11	23,91%
Loulé	1	2,17%
Loures	1	2,17%
Lousã	1	2,17%
Matosinhos	1	2,17%
Maia	1	2,17%
Murtosa	1	2,17%
Odivelas	1	2,17%
Oeiras	1	2,17%
Ourem	1	2,17%
Porto	6	13,04%
Póvoa de Varzim	1	2,17%
Sintra	1	2,17%
Viana do Castelo	2	4,35%
Vila N. Gaia	6	13,04%
Distrito	46	100,00%
Aveiro	2	4,35%
Braga	4	8,70%
Faro	1	2,17%
Leiria	2	4,35%
Lisboa	17	36,96%
Porto	17	36,96%
Santarém	1	2,17%
Viana do Castelo	2	4,35%
Região	46	100,00%
Algarve	1	2,17%
Centro	4	8,70%
Lisboa	18	39,13%
Norte	23	50,00%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

No que respeita ao *nível de ensino já concluído* (tabela 5.16) predominam os estudos superiores (65,57%) e entre as *profissões* dos turistas destacam-se os professores (26,23%), os técnicos administrativos (14,75%) e os engenheiros (11,48%). Relativamente à *situação profissional atual* verifica-se que 86,89% estão empregados, 8,20% são reformados, 3,28% são desempregados e 1,64% são estudantes.

Tabela 5.16 - Habilitações literárias, profissional e rendimento dos turistas

Descrição	Frequência absoluta	%
Nível de Ensino concluído	61	100,00%
2º Ciclo	2	3,28%
3º Ciclo	2	3,28%
Secundário	8	13,11%
Superior	40	65,57%
Pós graduação	9	14,75%
Situação profissional Atual	61	100,00%
Desempregado	2	3,28%
Empregado	53	86,89%
Estudante	1	1,64%
Reformado	5	8,20%
Profissão atual ou última no caso de reformado	61	100,00%
Administrativo	9	14,75%
Advogado	1	1,64%
Arquitetura	1	1,64%
Comerciante	1	1,64%
Construção civil	1	1,64%
Consultor	2	3,28%
Designer	1	1,64%
Economista	1	1,64%
Empresário	6	9,84%
Enfermagem	1	1,64%
Engenharia	7	11,48%
Esteticista	1	1,64%
Função pública	4	6,56%
Gestora de projetos	1	1,64%
Multimédia	1	1,64%
Nenhuma	3	4,92%
Professor	16	26,23%
Recursos humanos	1	1,64%
Técnico	2	3,28%
Vendedor em loja	1	1,64%
Rendimento líquido mensal do agregado familiar	61	100,00%
0 a 499	2	3,28%
500 a 999	16	26,23%
1000 a 1999	16	26,23%
2000 a 3999	21	34,43%
4000 a 5999	6	9,84%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

O *rendimento líquido mensal do agregado familiar* mais representado é a escala entre 2000 e 3999€ (34,43%); em menor proporção, os que ganham até 400€ (3,28%) e os que auferem entre 4000 e 5999€ (9,84%).

De maneira geral, a maioria dos turistas que estão empregados possui um nível de ensino superior e têm rendimento líquido mensal entre 2000 e os 3999€. Tendo em consideração a atual conjuntura económica do país, o rendimento dos turistas encontra-se acima da média nacional. Por outro lado, confrontando os seus rendimentos com os dos proprietários, nota-se uma diferença relevante.

Ao comparar as variáveis apresentadas anteriormente, são visíveis as semelhanças com os estudos indicados na revisão de literatura (Cunha 2006; Silva 2007; IESE 2008). Os autores afirmam que o perfil dos turistas de TER encontra-se maioritariamente na faixa etária entre os 25 e os 45 anos, sendo pessoas de origem urbana, com habilitações literárias de nível superior e com rendimentos acima da média. Porém, noutros estudos relativos à *faixa etária*, autores como Cavaco (1995) e Sharpley e Sharpley (1997) concluíram que os turistas que procuram o TER são mais idosos. Se se considerar as datas em que as pesquisas foram levadas a cabo, compreende-se que a procura do TER pelos jovens tem vindo a aumentar.

5.7 Caracterização das motivações e escolha do destino do TER

Para perceber quais os *motivos que levam os turistas a optarem pelo destino turístico*, foi elaborado um conjunto de perguntas na segunda parte do questionário (relações de género e procura turística em espaço rural), devendo os respondentes escolher uma opção de entre as apresentadas. Nesse sentido, abordam-se as questões sobre o principal *critério para a escolha do destino; motivo da visita à localidade/região; com quem viaja e como escolheu o destino da viagem*.

Em relação ao *principal critério para a escolha do destino*, grande parte dos turistas refere a localidade/região em geral (88,52%) e o *motivo da visita* é – de forma geral – o gozo de férias (37,70%).

Conforme se pode observar na tabela 5.17, a maioria *viaja com o cônjuge ou companheiro* (49,18%) e uma percentagem residual destaca *os que viajam sozinho* (3,28%), o que condiz com as respostas dos proprietários do TER.

Tabela 5.17 - Motivações e critérios para escolha do destino do TER

Descrição	Frequência absoluta	%
Principal critério para escolha do destino	61	100%
Localidade/ região em geral	54	88,52%
Nenhum critério	2	3,28%
Serviços ofertados	1	1,64%
Outro /cultural	1	1,64%
Outro/montanhismo	2	3,28%
Outro/orçamento	1	1,64%
Motivo da visita à localidade/região	61	100,00%
Atividades ofertadas	1	1,64%
Busca de ambiente tranquilo	9	14,75%
Férias	23	37,70%
Lazer	12	19,67%
Natureza	14	22,95%
Outro/conhecer região	2	3,28%
Com quem está viajando	61	100,00%
Amigos	9	14,75%
Com cônjuge	30	49,18%
Em família	20	32,79%
Sozinho	2	3,28%
Com quem escolheu o destino	61	100,00%
Amigos	9	14,75%
Com cônjuge	31	50,82%
Em conjunto com família	16	26,23%
Sozinho	5	8,20%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

A *escolha do destino* é feita com o cônjuge (50,82%) e os que *escolhem a viagem sozinhos* representam apenas 8,20%. Esta diferença percentual entre as pessoas *que viajam sozinhas* e as que *escolhem o destino sozinhas* está relacionada ao fato de que algumas pessoas, mesmo viajando em família ou com cônjuge, escolheram o destino sozinhas para ir com a família ou com o cônjuge.

5.8 Caracterização da percepção dos turistas face à oferta

Os resultados analisados sobre a *necessidade de diversificação na oferta das atividades turísticas no TER* (tabela 5.18) indicam que para 54,10% dos turistas é necessário diversificar as atividades turísticas, com maior relevância para as visitas guiadas (36,36%) e - com menor destaque - os passeios a cavalo e as atividades aquáticas (6,06%). É interessante salientar que a maioria destes respondentes se encontrava em Germil e em Branda da Aveleira, duas aldeias pouco desenvolvidas, com difíceis acessos e atividades turísticas praticamente inexistentes. Estes turistas têm idades compreendidas entre os 36 e os 55 anos, procurando sobretudo o lazer, a natureza e o ambiente tranquilo. Ainda assim, a diversão é um aspeto importante em qualquer estadia em TER, opinião partilhada por Poon (1993), Crosby e Morera (1996) e Salvà-Tomàs (2000). Segundo os autores, os turistas procuram destinos de férias ativas e experiências que contribuam – de alguma forma - para a sua vida pessoal. Relativamente às atividades, Crosby e Morera (1996) afirmam que os turistas são mais ativos, frenéticos e ecléticos, não estando interessados em seguir viagens padronizadas.

Daqueles que responderam que *não há necessidade de diversificação na oferta* (45,90%), a maioria justifica que o espaço rural *per si* é suficiente (35,71%), bem como as atividades existentes (32,14%). Verifica-se também que estes turistas são pessoas que estão na faixa etária entre os 26 e os 35 anos, viajando em família e com amigos em férias ou em busca de um ambiente tranquilo. Em alguns casos, têm mesmo familiares na localidade, o que pode justificar esse sentimento de satisfação em relação à oferta.

Por outro lado, ao apurar qual a aldeia em que os turistas responderam *negativamente*, identificou-se que todos estavam em Lindoso. Nesse caso, estando a aldeia muito próxima das atividades realizadas no parque nacional da Peneda Gerês, os turistas podem procurar e praticar algumas delas e, por isso, justificarem não haver qualquer necessidade de diversificação da oferta, dado que atendem àquilo que o meio envolvente oferece.

Tabela 5.18 - Opinião dos proprietários sobre a necessidade de diversificação da oferta no TER

	Frequência absoluta	%
Necessidade de diversificação na oferta	61	100,00%
Sim	33	54,10%
Quais	33	100,00%
Alojamento	1	3,03%
Atividades aquáticas	2	6,06%
Atividades de natureza	1	3,03%
Atletismo	1	3,03%
BTT	1	3,03%
Desporto	1	3,03%
Informações turísticas	1	3,03%
Passeio a cavalo	2	6,06%
Passeio de bicicleta	1	3,03%
Pousada da juventude	1	3,03%
Praia fluvial	4	12,12%
Safari pela serra	1	3,03%
Sinalização dos trilhos pedestres	4	12,12%
Visitas guiadas	12	36,36%
Não	28	45,90%
Porquê	28	100,00%
A natureza já é tudo	5	17,86%
É lugar de descanso e apreciar a natureza	3	10,71%
Já tem o suficiente	9	32,14%
O espaço rural em si já é suficiente	10	35,71%
Retira as características do espaço rural	1	3,57%
Existe diferença no serviço ofertado por homem e por mulher	61	100,00%
Sim	1	1,64%
Quais	1	100,00%
As mulheres são mais conhecedoras	1	100,00%
Não	60	98,36%
Porquê	60	100,00%
Indiferente	25	41,67%
Não percebo diferença	34	56,67%
Os dois são competentes	1	1,67%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Com o objetivo de perceber a opinião dos turistas sobre as *diferenças de género face aos serviços oferecidos*, identificou-se que 98,36% afirmam que não existem quaisquer diferenças, estando mais interessados no modo como os serviços são oferecidos, independentemente de serem realizados por homens ou por mulheres.

O único inquirido que julga haver diferença, explica que as “mulheres são mais conhecedoras”, o que pode ter a ver com alguma relação ao trabalho que desempenham no alojamento (arrumar, limpar, cozinhar), pois como culturalmente o trabalho doméstico está associado ao sexo feminino, entende-se que ‘as mulheres são mais conhecedoras’ dessas atividades do que os homens.

5.9 Perceção sobre as diferenças de género na prática das atividades turísticas

No que se refere às *atividades que já praticou/procurou e as que gostaria de praticar/procurar* (tabela 5.19), verifica-se que do total de inquiridos (N= 61) 68,85% praticaram percursos pedestres; visitaram monumentos históricos e culturais (57,38%) e atrativos naturais (52,46%) e ainda fizeram provas gastronómicas (44,26%).

Quanto às atividades que *gostaria de praticar/procurar* (tabela 5.19) observa-se que do total de inquiridos (N= 61), apenas 29,51% dos turistas gostariam de praticar e/ou procurar atividades com kayaks, canoas e bicicletas; workshops gastronómicos e de enoturismo (27,87%); SPA, tratamentos de bem-estar; river trekking; passeios a cavalo e canoa; mergulho e gastronomia.

Tabela 5.19 - Atividades já praticadas e as que gostariam de ser praticadas

Atividades	Já Praticou		Gostaria de Praticar		Total 61	
	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%
4x4	1	1,64%	16	26,23%	17	27,87%
Aluguer de kayaks, canoas, bicicletas	16	26,23%	18	29,51%	34	55,74%
Artesanatos	16	26,23%	14	22,95%	30	49,18%
Arvorismo	5	8,20%	8	13,11%	13	21,31%
Atrativos naturais	32	52,46%	10	16,39%	42	68,85%
Aulas de equitação	3	4,92%	15	24,59%	18	29,51%
Aventura slide	4	6,56%	11	18,03%	15	24,59%
BTT	2	3,28%	13	21,31%	15	24,59%

Tabela 5.19 - Atividades já praticadas e as que gostariam de ser praticadas (continuação)

Canoagem	7	11,48%	13	21,31%	20	32,79%
Canyoning	3	4,92%	12	19,67%	15	24,59%
Escaladas	7	11,48%	10	16,39%	17	27,87%
Espaços livres de lazer	17	27,87%	3	4,92%	20	32,79%
Eventos	12	19,67%	6	9,84%	18	29,51%
Feiras	17	27,87%	9	14,75%	26	42,62%
Gastronomia	27	44,26%	11	18,03%	38	62,30%
Golfe	1	1,64%	3	4,92%	4	6,56%
Hidrospeed	1	1,64%	3	4,92%	4	6,56%
Jogos tradicionais	4	6,56%	8	13,11%	12	19,67%
Karting	3	4,92%	4	6,56%	7	11,48%
Mergulho	1	1,64%	11	18,03%	12	19,67%
Monumentos Históricos/Culturais	35	57,38%	7	11,48%	42	68,85%
Paintball	4	6,56%	7	11,48%	11	18,03%
Passeio a cavalo	4	6,56%	15	24,59%	19	31,15%
Passeio de bicicleta	12	19,67%	10	16,39%	22	36,07%
Passeio de canoa	5	8,20%	11	18,03%	16	26,23%
Percursos pedestres	42	68,85%	2	3,28%	44	72,13%
Quadriciclo turístico	0	0,00%	3	4,92%	3	4,92%
Rapel	4	6,56%	7	11,48%	11	18,03%
Remo, Vela, Body board, Surf, Windsurf	6	9,84%	3	4,92%	9	14,75%
River Trekkin	1	1,64%	9	14,75%	10	16,39%
SPA	2	3,28%	18	29,51%	20	32,79%
Tiro com arco	2	3,28%	7	11,48%	9	14,75%
Tratamento de bem-estar	0	0,00%	15	24,59%	15	24,59%
TT	0	0,00%	5	8,20%	5	8,20%
Workshops gastronómicos e de enoturismo	3	4,92%	17	27,87%	20	32,79%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Como se pode constatar na tabela 5.19, algumas atividades – ainda que não praticadas – parecem não despertar interesse aos turistas (por exemplo, TT, quadriciclo turístico, *hidrospeed* e golfe). Já outras atividades (tratamento de bem-estar, SPA, mergulho, canyoning, BTT, aulas de equitação e 4x4) - embora não praticadas -, suscitam interesse a muitos dos inquiridos.

Ao comparar as atividades disponíveis nas aldeias com as praticadas/procuradas e as que gostariam ainda de praticar/procurar, percebe-se o interesse dos turistas pela prática de

atividades durante a estadia no TER, o que contraria a opinião dos proprietários das casas, segundo os quais o sossego é o aspeto mais importante.

A tabela 5.20 apresenta os dados relativos às *atividades mais adequadas para homens, as mais adequadas para mulheres e as que são adequadas para ambos os géneros*.

Observa-se que das atividades consideradas *mais adequadas para homens* as que reúnem maior consenso são o canyoning e BTT (16,39 %). No que diz respeito às atividades *mais adequadas para mulheres*, as mais referidas são tratamentos de bem-estar (19,67%) e o artesanato (18,03%). Assim, é visível que as opções escolhidas vão de encontro ao que se considera *normal* para homens e para mulheres.

Embora se perceba que há uma tendência cada vez maior para a prática das mesmas atividades por homens e por mulheres, os turistas que responderam que há atividades indicadas para mulheres, enquadram-nas nas ditas “mais femininas” e menos radicais. Da mesma forma, no que diz respeito aos homens, as atividades com maiores frequências são as mais radicais e “mais masculinas”, entendimento também evidente no discurso dos proprietários.

Tabela 5.20 - Atividades mais adequadas para homens, para mulheres e para ambos

Atividades	Adequadas para homens		Adequadas para mulheres		Homens e Mulheres		Total	
	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%
4x4	9	14,75%	1	1,64%	51	83,61%	61	100,00%
Aluguer de kayaks, canoas, bicicletas	3	4,92%	2	3,28%	56	91,80%	61	100,00%
Artesanatos	0	0,00%	11	18,03%	50	81,97%	61	100,00%
Arvorismo	2	3,28%	1	1,64%	58	95,08%	61	100,00%
Atrativos naturais	1	1,64%	1	1,64%	59	96,72%	61	100,00%
Aulas de equitação	2	3,28%	2	3,28%	57	93,44%	61	100,00%
Aventura slide	8	13,11%	1	1,64%	52	85,25%	61	100,00%
BTT	10	16,39%	0	0,00%	51	83,61%	61	100,00%
Canoagem	8	13,11%	0	0,00%	53	86,89%	61	100,00%
Canyoning	10	16,39%	0	0,00%	51	83,61%	61	100,00%
Escaladas	8	13,11%	1	1,64%	52	85,25%	61	100,00%
Espaços livres de lazer	0	0,00%	1	1,64%	60	98,36%	61	100,00%
Eventos	0	0,00%	4	6,56%	57	93,44%	61	100,00%

Tabela 5.20 - Atividades mais adequadas para homens, para mulheres e para ambos (continuação)

Feiras	1	1,64%	6	9,84%	54	88,52%	61	100,00%
Gastronomia	0	0,00%	1	1,64%	60	98,36%	61	100,00%
Golfe	7	11,48%	0	0,00%	54	88,52%	61	100,00%
Hidrospeed	3	4,92%	0	0,00%	58	95,08%	61	100,00%
Jogos tradicionais	2	3,28%	1	1,64%	58	95,08%	61	100,00%
Karting	9	14,75%	0	0,00%	52	85,25%	61	100,00%
Mergulho	5	8,20%	0	0,00%	56	91,80%	61	100,00%
Monumentos Históricos/Culturais	1	1,64%	0	0,00%	60	98,36%	61	100,00%
Paintball	5	8,20%	0	0,00%	56	91,80%	61	100,00%
Passeio a cavalo	1	1,64%	1	1,64%	59	96,72%	61	100,00%
Passeio de bicicleta	1	1,64%	0	0,00%	60	98,36%	61	100,00%
Passeio de canoa	2	3,28%	1	1,64%	58	95,08%	61	100,00%
Percursos pedestres	1	1,64%	2	3,28%	58	95,08%	61	100,00%
Quadriciclo turístico	2	3,28%	0	0,00%	59	96,72%	61	100,00%
Rapel	7	11,48%	0	0,00%	54	88,52%	61	100,00%
Remo, Vela, Bodyboard, Surf, Windsurf	8	13,11%	0	0,00%	53	86,89%	61	100,00%
River Trekkin	6	9,84%	0	0,00%	55	90,16%	61	100,00%
SPA	0	0,00%	9	14,75%	52	85,25%	61	100,00%
Tiro com arco	6	9,84%	0	0,00%	55	90,16%	61	100,00%
Tratamento de bem-estar	0	0,00%	12	19,67%	49	80,33%	61	100,00%
TT	8	13,11%	1	1,64%	52	85,25%	61	100,00%
Workshops gastronômicos e de enoturismo	0	0,00%	4	6,56%	57	93,44%	61	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Ao verificar o género dos turistas respondentes às atividades *mais adequadas para mulheres*, observou-se que homens e mulheres procuram/praticam atividades semelhantes. No entanto, mais mulheres do que homens identificam as atividades menos radicais como mais adequadas para si. No que diz respeito à variável *atividades mais adequadas para homens*, observa-se a mesma tendência: homens e mulheres indicam atividades semelhantes, sendo que as mulheres, em maior frequência, apontam as mais radicais como mais adequadas à prática masculina.

Na tabela 5.21 encontram-se sistematizadas as *características que impedem, facilitam ou são indiferentes ao acesso e prática das atividades turísticas no TER*. Verifica-se que a expressão mais significativa é a *indiferença* no que diz respeito ao *preconceito* (medo do que as pessoas irão pensar ao praticar algumas atividades turística) e às *atividades consideradas pela sociedade como masculinas*. Desses respondentes, 77,05% é do género feminino com faixa etária entre os 15 e os 45 anos. Por seu lado, a faixa etária dos homens que responderam a esta questão está para além dos 46 anos, indicando que – numa sociedade ainda *machista* - as pessoas de idade mais avançada estão compreendendo as mudanças sociais e culturais.

Relativamente à variável sobre as *atividades consideradas masculinas*, a maioria considera que é *indiferente* ao acesso às atividades turísticas (77,05%), sendo a grande parte das respostas de turistas do género feminino. No que diz respeito à faixa etária desses, os homens e as mulheres que responderam a essa questão estão entre os 15 e os 45 anos.

Quanto à *distância e localização*, a maioria considera ser *indiferente* ao acesso das atividades turísticas (49,18%). Ao verificar o local de residência dos inquiridos, a maioria é de nacionalidade portuguesa e residente nas regiões de Lisboa e no Norte do país, com faixa etária entre os 15 e os 45 anos, predominando o sexo feminino (tabela 5.21). Por outro lado, os que consideram que a distância e localização *facilitam* o acesso às atividades turísticas são pessoas que vivem na região Norte e em localidades que ficam mais próximas do destino turístico em que se encontravam durante a pesquisa. Quanto aos que consideram que a distância e localização *impedem* o acesso às atividades turísticas são sobretudo oriundos de outras regiões do país (Lisboa e Centro) e de outros países.

No que respeita às *atividades turísticas radicais*, a maioria dos turistas revela-se indiferente (55,74%); pertencem à faixa etária dos 15 aos 45 anos e as respostas são maioritariamente do género feminino.

Tabela 5.21 - Características que impedem, facilitam e indiferente à prática das atividades turísticas no TER

Atividades	Impedem o acesso as atividades turísticas		Facilitam o acesso as atividades turísticas		Indiferente o acesso as atividades turísticas		Total	
	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%
Distância e localização	23	37,70%	8	13,11%	30	49,18%	61	100%
Atividades turísticas radicais	6	9,84%	21	34,43%	34	55,74%	61	100%
Poucas condições físicas/psicomotoras	31	50,82%	2	3,28%	28	45,90%	61	100%
Preconceitos (medo de que as pessoas irão pensar ao praticar algumas atividade turística)	13	21,31%	1	1,64%	47	77,05%	61	100%
Atividades Consideradas pela sociedade como masculinas	10	16,39%	4	6,56%	47	77,05%	61	100%
As atividades são iguais para homens e mulheres	0	0,00%	32	52,46%	29	47,54%	61	100%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Relativamente à opinião dos inquiridos sobre as *atividades são iguais para homens e mulheres*, nota-se que a maioria responde que *facilita* o acesso à prática das atividades turísticas. Desses, a maioria está na faixa etária entre os 15 e os 45 anos e a frequência das respostas é mais relevante no género feminino.

Ainda nessa questão, nota-se a possibilidade de existirem algumas *barreiras (culturais) de acesso* relacionadas com as diferenças de género na procura, pois quando alguns inquiridos mencionam que o acesso às atividades turísticas é mais fácil se estas forem consideradas adequadas para ambos os géneros, é porque – de certa maneira - sentem algum preconceito no que diz respeito à prática de determinadas atividades.

No que concerne às *condições físicas e psicomotoras*, 50,82% dos turistas respondem que *impedem o acesso*. Esta posição é defendida maioritariamente por mulheres, cuja idade varia entre os 15 e os 35 anos, dos homens que respondem à questão, a sua faixa etária situa-se entre os 15 e os 45 anos.

Verifica-se que embora as pessoas que responderam a essa questão sejam relativamente jovens, percebe-se que na opinião delas, as condições físicas e psicomotoras condicionam as pessoas à prática das atividades turísticas.

5.10 Atividades consideradas para jovens e adultos

Na tabela 5.22 apresentam-se as *atividades consideradas para jovens*, sendo as maiores frequências relativas às atividades que exigem maior esforço físico, pelo que são consideradas mais radicais (paintball, remo, vela, bodyboard, surf, windsurf, BTT, aventura slide e canoagem).

Em relação às *atividades consideradas para adultos*, destacam-se as que requerem menor esforço físico, como tratamentos de bem-estar, workshops gastronômicos e de enoturismo e SPA's.

Tabela 5.22 - Atividades considerada pelos turistas como para jovens e para adultos

Atividades	Jovens		Adultos		Total	
	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%	Frequência absoluta	%
Na 4x4	33	54,10%	28	45,90%	61	100,00%
Aluguer de kayaks canoas, bicicletas	42	68,85%	19	31,15%	61	100,00%
Artesanatos	13	21,31%	48	78,69%	61	100,00%
Arvorismo	24	39,34%	37	60,66%	61	100,00%
Atrativos naturais	17	27,87%	44	72,13%	61	100,00%
Aulas de equitação	37	60,66%	24	39,34%	61	100,00%
Aventura slide	47	77,05%	14	22,95%	61	100,00%
BTT	48	78,69%	13	21,31%	61	100,00%
Canoagem	45	73,77%	16	26,23%	61	100,00%
Canyoning	43	70,49%	18	29,51%	61	100,00%
Escaladas	38	62,30%	23	37,70%	61	100,00%
Espaços livres de lazer	25	40,98%	36	59,02%	61	100,00%
Eventos	20	32,79%	41	67,21%	61	100,00%
Feiras	15	24,59%	46	75,41%	61	100,00%
Gastronomia	12	19,67%	49	80,33%	61	100,00%
Golfe	14	22,95%	47	77,05%	61	100,00%
Hidrospeed	40	65,57%	21	34,43%	61	100,00%
Jogos tradicionais	24	39,34%	37	60,66%	61	100,00%
Karting	43	70,49%	18	29,51%	61	100,00%
Mergulho	42	68,85%	19	31,15%	61	100,00%

Tabela 5.22 - Atividades considerada pelos turistas como para jovens e para adultos (continuação)

Monumentos Históricos/Culturais	14	22,95%	47	77,05%	61	100,00%
Paintball	51	83,61%	10	16,39%	61	100,00%
Passeio a cavalo	33	54,10%	28	45,90%	61	100,00%
Passeio de bicicleta	38	62,30%	23	37,70%	61	100,00%
Passeio de canoa	42	68,85%	19	31,15%	61	100,00%
Percursos pedestres	25	40,98%	36	59,02%	61	100,00%
Quadriciclo turístico	36	59,02%	25	40,98%	61	100,00%
Rapel	49	80,33%	12	19,67%	61	100,00%
Remo, Vela, Body board, Surf, Windsurf	49	80,33%	12	19,67%	61	100,00%
River Trekkin	44	72,13%	17	27,87%	61	100,00%
SPA	6	9,84%	55	90,16%	61	100,00%
Tiro com arco	30	49,18%	31	50,82%	61	100,00%
Tratamento de bem-estar	4	6,56%	57	93,44%	61	100,00%
TT	41	67,21%	20	32,79%	61	100,00%
Workshops gastronômicos e de enoturismo	4	6,56%	57	93,44%	61	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

Ao identificar a faixa etária dos inquiridos que consideram as *atividades mais adequadas para jovens*, verifica-se que a maioria tem entre 15 e 35 anos, o mesmo se aplicando quanto às *atividades consideradas para adultos*. Constata-se também que a maioria dos inquiridos com faixa etária entre os 45 e mais de 65 anos partilham essa opinião, pelo que faixa etária e género podem condicionar a prática das atividades turísticas.

Na tabela 5.23 nota-se que 95,08% dos inquiridos não têm nenhuma *limitação física e psicomotora para a prática das atividades*. Dos três que sentem alguma limitação, dois estão na faixa etária entre os 56 e os 65 anos e o outro inquirido tem entre 26 e 35 anos. O fato da maioria dos turistas não ter nenhuma limitação física e psicomotora pode estar relacionado com a faixa etária mais jovem, naturalmente com maiores probabilidades de terem melhores condições físicas e psicomotoras do que os adultos e os idosos.

Tabela 5.23 - Limitação física e psicomotora

Descrição	Frequência absoluta	%
Limitações físicas e/ou psicomotoras na prática das atividades turísticas	61	100,00%
Sim	3	4,92%
Quais	3	100,00%
Idade	1	33,33%
Problemas no joelho	1	33,33%
Só com ajuda de amigos	1	33,33%
Se sim em quais atividade sente-se mais limitado	3	100,00%
Kartings	1	33,33%
Montanhismo	1	33,33%
Percurso pedestre	1	33,33%
Não	58	95,08%

Fonte: Pesquisa de campo da autora.

5.11 Conclusão

Neste capítulo procurou-se realizar a análise dos dados obtidos através da pesquisa empírica. Foi possível perceber que, no que diz respeito à oferta e à procura no TER, esta é composta e procurada essencialmente por mulheres.

A qualidade dos serviços disponibilizados é, em parte, condicionada pelas (poucas) habilitações literárias, contrapondo-se aos estudos de nível superior da maioria dos turistas que procura o TER.

O TER nas aldeias que integraram o estudo de caso é ainda incipiente e pouco estruturado, pelo que os rendimentos auferidos são relativamente reduzidos; já quanto aos turistas, o seu rendimento mensal pode ser considerado *acima da média*, dada a atual conjuntura económica e social do país.

As diferenças são ainda visíveis nas faixas etárias: os proprietários de idade mais avançada contrapõem-se aos turistas iminentemente mais jovens.

As dissemelhanças entre a oferta e a procura - sobretudo no que respeita à formação qualificada e aos rendimentos - pode provocar alguns descontentamentos na relação estabelecida entre os turistas e os proprietários, sendo que os primeiros procuram vivenciar

novas experiências. No presente caso, parece que a oferta pode não acompanhar essas exigências, por um lado devido aos *recursos* financeiros (para melhorar as condições físicas dos estabelecimentos e dos serviços oferecidos), por outro, devido à escassa formação na área do turismo que – dessa forma – não permite complementar, nem tão pouco melhorar a oferta já existente.

No que diz respeito à própria diversificação da oferta, a opinião da maioria dos proprietários e turistas assume a necessidade de maior variabilidade. Para os proprietários, atividades como passeios guiados, passeios a cavalo e trilhos são as mais interessantes e aquelas que permitiriam melhorar a oferta e aumentar a procura. Já na opinião dos turistas destacam-se os passeios guiados e, em menor destaque, os passeios a cavalo e as atividades aquáticas. Estas aparentes discrepâncias coadunam-se com visões opostas: por um lado, os proprietários vêm o aproveitamento das potencialidades existentes na localidade e na região; por outro lado, os turistas não parecem estar tão interessados nesse tipo de atividades. No entanto, não foram referidos - nem pelos turistas, nem pelos proprietários - quais os tipos de passeios guiados que poderiam ser oferecidos. É de ressaltar que as atividades como: o passeio a cavalo e as atividades aquáticas (mencionadas pelos turistas) necessitam essencialmente de profissionais qualificados para realizá-las com os turistas.

Ao comparar a percepção dos turistas com a dos proprietários relativamente às atividades praticadas por homens e por mulheres, em termos gerais notou-se que ambos apontam que as atividades são praticadas e adequadas para homens e mulheres quando estão sozinhos, acompanhados pelo mesmo sexo ou pelo sexo oposto. Percebe-se aqui que as barreiras de acesso (cultural e física) são minimizadas para as mulheres.

Ao verificar o género dos turistas respondentes às atividades mais adequadas para mulheres, observou-se que homens e mulheres identificam atividades semelhantes. No entanto, mais mulheres do que homens indicam atividades menos radicais como adequadas para si. No que diz respeito ao género dos que responderam à variável das atividades mais adequadas para homens, observou-se a mesma tendência: homens e mulheres identificaram atividades semelhantes, sendo que as mulheres - em maior frequência - apontam atividades adequadas para os homens como sendo as mais radicais. Nessa questão, observou-se que as próprias mulheres ainda fazem diferença do que é mais indicado para homens e mais indicado para si.

Na opinião dos turistas, as atividades consideradas para jovens são as que necessitam de maior esforço físico, talvez porque são as mais radicais. Relativamente às atividades direcionadas para adultos, salientam-se as que requerem menor esforço físico. Na grande maioria, os inquiridos não possuem limitações físicas e psicomotoras para a prática das atividades.

Outro fator relevante observado é que a maioria dos turistas parece indiferente às questões das barreiras (físicas e socioculturais), no que respeita ao acesso às atividades turísticas, exceto no que se refere às consideradas para ambos os géneros, pois a maioria julga que essa classificação pode facilitar o acesso.

Portanto, embora se perceba que há uma tendência cada vez maior para a prática das atividades (tanto por homens, quanto por mulheres), ainda é visível um certo enquadramento baseado no género: as atividades consideradas para mulheres são “mais femininas” e menos radicais; as atividades para homens são “mais masculinas” e mais radicais.

PARTE IV – CONCLUSÕES

CAPÍTULO VI - CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

6.1 Conclusões finais

Este trabalho teve como objetivo analisar as diferenças de género na procura turística do espaço rural face à oferta de algumas aldeias inseridas na sub-região do Minho Lima. Nesse sentido, percebeu-se que - embora existam outros atrativos (por exemplo, históricos e culturais) - a sub-região está mais direcionada para a oferta das atrações naturais existentes.

No que se refere às atividades turísticas das aldeias que integraram o estudo, aferiu-se que - embora as atividades existentes sejam precárias -, a oferta encontra-se ancorada nas possibilidades do ambiente natural. As suas fragilidades devem-se a diversos fatores, nomeadamente atividades pouco diversificadas e pouco qualificadas e, nesse âmbito, verificou-se que apenas quatro dos proprietários inquiridos dispunham de atividades de animação turística, enquanto que os outros nove não. Notou-se que os que dispunham de atividades turísticas desempenhavam – concomitantemente – as duas funções, não tendo qualquer formação técnica, comprometendo a fiabilidade da oferta, bem como a segurança dos turistas.

De igual modo, ficou patente no conjunto da informação recolhida que – para algumas das atividades oferecidas nas aldeias – existiam poucas condições de acesso, como é o caso de muitos trilhos que estão em caminhos fechados pelo mato e com as indicações do percurso impercetíveis e/ou inexistentes, impossibilitando os turistas de fazerem os percursos sozinhos.

Embora os proprietários reconheçam a urgência em melhorar as atividades existentes e em diversificar a oferta, parece não haver quaisquer esforços nesse sentido. Estes atribuem a responsabilidade ao setor público no melhoramento e na promoção de novas atividades.

Por outro lado, os turistas também confirmam a indigência de repensar a oferta, embora não refiram questões relacionadas com os investimentos dos setores público ou privado,

almejando que apenas supere as suas expectativas ou que - pelo menos – satisfaça as suas necessidades.

Relacionando a oferta turística com as diferenças de género, constatou-se não existirem - explicitamente - atividades classificadas para homens ou para mulheres. A maioria dos proprietários e dos turistas discordam desse tipo de direcionalidade e estão convictos de que as atividades são praticadas por ambos os sexos - sozinhos, acompanhados pelo género oposto ou por pessoas do mesmo género.

No que se refere às atividades mais praticadas/procuradas por homens e por mulheres quando viajam sozinhos, os proprietários referiram ser os percursos pedestres e os atrativos naturais para ambos os sexos. No entanto, notou-se que os percursos pedestres são a atividade mais praticada/procurada pelas mulheres.

Os proprietários partilham a ideia de que existem algumas atividades mais praticadas/procuradas pelos homens que viajam sozinhos, as quais podem ser consideradas “mais masculinas” (4x4; BTT; escaladas; paintball e passeio de canoa). Por seu lado, as mulheres parecem procurar atividades mais calmas e/ou menos radicais (artesanato, atrativos naturais, espaços livres de lazer, eventos, feiras, gastronomia, monumentos históricos/culturais e percursos pedestres).

Os dados recolhidos apontam ainda que a oferta do TER apresenta características típicas de uma organização familiar, salientando-se limitações estruturais, de cariz económico e de género, impostas pelo próprio modelo de organização e de exploração do negócio.

Ao relacionar as inferências explanadas com a hipótese de que *a oferta no espaço rural é pouco diversificada*, a investigação empírica confirmou a pouca diversificação da oferta, por referência às atividades turísticas oferecidas nas aldeias que integram a amostra. Estas disponibilizam basicamente percursos pedestres (ainda que com pouco apoio profissional e/ou indicações dos trilhos a percorrer) e atrativos naturais. Por outro lado, no que se refere à relação entre os dinamizadores das atividades turísticas e a oferta em si, notou-se uma formação técnica lacunar, comprometendo a qualidade dos serviços oferecidos.

Relativamente à hipótese de que *as atividades turísticas da região estão mais inclinadas para o público masculino*, verificou-se que embora as atividades sejam consideradas pelos

proprietários e pelos turistas como adequadas - tanto para homens, quanto para mulheres -, as atividades “mais masculinas” são mais diversificadas do que as atividades consideradas como “mais femininas”, o que confirma a hipótese proposta.

Ao analisar a procura turística, caracterizou-se o perfil dos turistas inquiridos como sendo jovem, predominantemente do género feminino, com estado civil solteiro e viajando – de forma geral – com o cônjuge (aqui incluindo os companheiros) e com família. Esse conjunto de pessoas vive em zona urbana e a maior parte são de nacionalidade portuguesa, com habilitações literárias de nível superior. Constatou-se que a viagem foi escolhida em conjunto com o cônjuge ou com a família e o critério principal que lhe assistiu foi a localidade e região em geral (88,52%).

No que se refere à perceção dos turistas sobre as diferenças de género nos serviços oferecidos, destacou-se que a maioria dos turistas considerou indiferente, não identificando nenhuma diferença entre eles, entretanto, essa maioria, transmitiu maior relevância em como o serviço era ofertado, indiferente de ser oferecido por homem ou por mulher.

Relativamente às *atividades consideradas para adultos*, destacaram-se aquelas que requerem menor esforço físico, como tratamentos de bem-estar, workshops gastronómicos e de enoturismo e SPA's. As *atividades consideradas para jovens* com registo de maior frequência foram as que necessitam de maior esforço físico, isto é, de tipo mais radical (as preferências sublinham o paintball, o remo, a vela, o bodyboard, o surf e o windsurf, a BTT, o slide e a canoagem. Confirma-se – assim - a hipótese de que *as atividades praticadas por homens e por mulheres no TER apresentam diferenças de acordo com a faixa etária*, isto é, dependem não apenas do género, mas também da idade.

No que se refere à prática das diversas atividades pelos turistas, percebeu-se que embora haja uma tendência cada vez maior para a sua prática quer por homens, quer por mulheres, as atividades consideradas mais adequadas para mulheres enquadram-se nas designadas “mais femininas” e, por isso, menos radicais; da mesma forma no que diz respeito aos homens, as atividades mais radicais são consideradas “mais masculinas”.

Esta ideia é corroborada pela maioria das mulheres que associaram as atividades menos radicais como mais adequadas para si e as mais radicais para os homens. Embora os

homens tenham partilhado a mesma opinião, em certa medida as mulheres apresentaram alguma barreira de acesso físico ou culturais.

Nesse sentido, quando as atividades são encaradas pela sociedade como adequadas para homens e mulheres, os inquiridos afirmam que *facilita* o acesso às mesmas, transpondo uma certa barreira (cultural). Contudo, ao perguntar aos turistas se o preconceito (medo do que as pessoas irão pensar ao praticar algumas atividades turística) *impedia*, *facilitava* ou era *indiferente* para o acesso às atividades turísticas, a maioria mencionou que era *indiferente* (tabela 5.21), sobretudo os inquiridos do género feminino. No que se refere às *atividades consideradas como masculinas*, notou-se que os inquiridos, sobretudo do género feminino, afirmaram que é indiferente para o acesso às atividades turísticas.

Assim, confirma-se a hipótese de que *a atividade turística apresenta poucas barreiras de acesso às mulheres*, pois - embora a oferta não tenha apresentado explicitamente barreiras de acesso cultural às mulheres -, no que respeita à procura, esses obstáculos foram identificados em alguns casos de homens e de mulheres que procuram o TER, sobretudo por estas últimas. Todavia, são pouco relevantes se comparados ao percentual de homens e de mulheres que não apontam quaisquer tipos de entrave ao acesso feminino às atividades turísticas.

Face ao exposto poder-se-á afirmar que a oferta ainda é precária e pouco profissional, marcadamente *amadora*; por outro lado, no que se refere às diferenças de género, embora a procura seja indiferente aos serviços oferecidos seja por homens seja por mulheres, a oferta parece apresentar uma clara divisão sexual do trabalho, principalmente nos estabelecimentos geridos por pessoas que têm em comum laços familiares. No que atende às diferenças de género, percebeu-se que ainda há auto naturalização do género, principalmente por parte do público mais velho.

Julga-se que este estudo de caso alcançou os objetivos inicialmente propostos, sendo possível responder à questão de partida sobre as diferenças de género na procura do turismo em espaço rural face à oferta.

Esta abordagem forneceu informações pertinentes sobre a procura e a oferta do TER, apontando algumas características dos turistas que o procuram e que podem ser de

interesse para os proprietários dos alojamentos em espaço rural. De igual modo, poderá constituir foco de interesse para associações que elaboram projetos e que comercializam os acolhimentos e as atividades de animação turística no TER, bem como empresas de animação turística.

6.2 Principais limitações

Ao longo do desenvolvimento deste estudo, as limitações aconteceram em diferentes momentos, considerando-as pontos de reflexão crítica e construtiva. Inicialmente, os constrangimentos circunscreveram-se à revisão de literatura sobre as diferenças de género na procura turística no espaço rural, uma vez que a produção científica é relativamente escassa. Dessa forma, foi feita uma contextualização dos estudos realizados sobre as diferenças de género e a procura turística em geral para conseguir obter uma contextualização sobre essa questão.

Na fase de recolha dos dados empíricos, embora tenham sido realizadas algumas visitas às aldeias, a distância e a sua localização não permitiram a aplicação direta dos inquéritos por questionário aos turistas, recorrendo-se à colaboração dos proprietários para esse fim. Por seu lado, na aplicação dos inquéritos aos proprietários, e (talvez) devido à sua idade avançada, estes não mostraram grande interesse em cooperar. Outra dificuldade encontrada foi a efetiva diminuição da procura do TER. Em conversas informais com os proprietários, estes são de parecer que a conjuntura económica nacional e europeia influenciou diretamente a procura e, nesse sentido, indiretamente a taxa de retorno dos inquéritos por questionário.

Relativamente ao tratamento dos dados recolhidos, a representatividade da amostra foi menor do que se pretendia. A sistematização da informação e os respetivos procedimentos estatísticos possibilitados pelo programa SPSS – *Statistical Package for the Social Sciences* foram repensados, uma vez que a dimensão reduzida da amostra não satisfazia os requisitos para a aplicação do teste do qui quadrado (da independência). Assim, optou-se pela análise descritiva através do *suite* de programas Office (Excel), não tendo sido possível testar estatisticamente as hipóteses delineadas.

6.3 Pista para investigação futura

A investigação acerca da diferença de género na procura do TER pode ser complementada com investigações noutros meios de alojamento do TER, bem como noutros estabelecimentos turísticos, em consonância com as empresas de animação turística, pois – ao proporcionar uma visão alargada da opinião dos empreendedores e dos turistas – contribuiria para aprofundar a temática explorada neste estudo.

Podem ainda incluir-se outros fatores relacionados com a procura como – por exemplo - os meios de alojamento, podendo-se analisar se existem diferenças de género face às suas tipologias e/ou características.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADRIL (2010). *Vale do Lima*. Associação de Desenvolvimento Rural Integrado do Lima. Disponível em: www.adril.pt. Acedido em: 07 de abril de 2011.
- AIMINHO, *Associação Empresarial* (2009).
- Albino, J., Mergulhão, L., Bigares, J., Magalhães, A., Rato, B. & Gonçalves, J. (2000). *Turismo e desenvolvimento no Norte Alentejo*, Edições Colibri, Lisboa.
- Amâncio, L. (1992). *As Assimetrias nas Representações de Género*. Revista Crítica de Ciências Sociais. (34), 9-22. Disponível em: sociologiapp.iscte.pt. Acedido em: 22 de maio de 2011.
- Amorim, C. & Barros, V. (2006). *De Sinhás a Empreendedoras: estas são as mulheres do turismo rural em Pernambuco, Brasil. Trabalho apresentado no VII Congresso Latinoamericano de Sociologia Rural, 20 a 24 de novembro, Quito, Equador*. Disponível em: www.rmisp.org. Acedido em 15 de abril de 2012.
- Andrade, R., Botelho, M., Fiúza, A., & Pereira, E. (2009). *Relações Sociais de Género no Meio Rural Brasileiro: a mulher camponesa e o lazer no início do século XXI no Brasil*. Rev. bras. Educ. Fís. Esporte, São Paulo, v.23, n.1, p.39-49, jan./mar.
- Banco Mundial (2011). *Relatório sobre o desenvolvimento mundial de 2012: igualdade de género e desenvolvimento, visão geral*. Washington, D.C.
- Baptista, M. (1990). *O turismo na economia: uma abordagem técnica, económica, social e cultural*. Instituto Nacional de Formação Turística, Lisboa.
- Barracho, C. & Martins, C. (2010). *Liderança e Género*. 1ª ed. Lisboa.
- Barreto, M. (2008). *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. 17ª ed., Papirus Campinas.
- Barry, T. & Robins, P. (2001). *Tourism trends and opportunities: What do they mean for regional Australia?* Artigo baseado no trabalho apresentado na ABARE's National Outlook Conference, Canberra, Australia. BTR Conference Paper, ISSN 1326 8309/ ISBN 0 642 28534 9.
- Beeton, S. (1999). *Rural tourism policy*. Flagstaff, Arizona.
- Beni, M. (1997). *Análise Estrutural do Turismo*. 10 ed., São Paulo, SENAC.
- Beni, M. (2003). *Análise estrutural do turismo*. 2.ed., São Paulo, SENAC.
- Biddulph, S. (2002), *Criando Meninos*. Editora Fundamento, São Paulo.
- Braga, E., (2007). *A questão do Género e da sexualidade na educação*. In: Rodrigues, E., Rosin, S. (orgs). *Infância e práticas educativas*. Maringá – Pr. EDUEM.

Brandth, B. & Haugen, M. (2006). *Emotional work in host-guest relations: examples from farm tourism*. Paper n. 2/06, ISSN 1503-2736. This paper was presented at the Research Partners' Meeting 'Crossroads of tourism and work' in Kilpisjärvi, Finnish Lapland, 21-24 May.

Bricalli, L. (2005). *Construcción de Tipologías para el Turismo en Áreas Rurales*. Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 14, pp. 263 – 277. Disponível em: www.scielo.org.ar. Acedido em: 14 de outubro de 2011.

Câmara Municipal de Arcos de Valdevez (2011). *Portal Oficial*. Disponível em: www.cmav.pt. Acedido em 10 de junho de 2011.

Câmara Municipal de Melgaço (2011). *Portal Oficial*. Disponível em: www.cm-melgaço.pt. Acedido em 10 de junho de 2011.

Câmara Municipal de Ponte da Barca (2011). *Portal Oficial*. Disponível em: www.cmpb.pt. Acedido em 10 de junho de 2011.

Câmara Municipal de Ponte de Lima (2011). *Portal Oficial*. Disponível em: www.cm-pontedelima.pt. Acedido em 10 de junho de 2011.

Camargo, L., (1998). *Educação para o Lazer*. São Paulo, Moderna.

Campanhola, S. & Silva, G. (2002). *O lazer e o novo rural*. In: *Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural*. SOBER, Passo Fundo pp. 1-14.

Cánoves, G.; Vilarinho, M.; Priestley, GK & Blanco, A. (2004). Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution. *Geoforum*, 35(6):755-769. Disponível em: www.sciencedirect.com. Acedido em: 25 de janeiro de 2012.

Carr, N. (1999). *A study of gender differences: young tourist behaviour in a UK coastal resort*. *Tourism Management* 20, p. 223-228, Hertfordshire, UK.

Carvalho, L. & Vasconcellos, M. (2006). *Introdução à economia do turismo*. Editora Saraiva, São Paulo.

Cavaco, C. (1995) *Rural Tourism: The Creation of New Tourist Spaces*. In A. Moutanari and A. Williams (eds.) *European Tourism: Regions, Spaces and Restructuring*. Chichester: John Wiley.

Cavaco, C. (2001). *Turismo rural e desenvolvimento local*. In: *Turismo e geografia*. São Paulo: Hucitec, p.94-121.

CCE – Comissão das Comunidades Europeias (2007). *Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: Reduzir as disparidades salariais entre homens e mulheres*. Bruxelas. Disponível em: www.europa.eu. Acedido em: 15 de fevereiro de 2012.

CENTER- Central Nacional de Reservas de Turismo no Espaço Rural. (2011). Disponível em: www.center.pt.

Cerqueira & Freire, (2009). *Fatores Determinantes da Oferta Turística do Município de Ilhéus (Bahia/Brasil) como indicadores de desenvolvimento*. Observatorio de la Economía Latinoamericana, N. 117. Disponível em: www.eumed.net.br. Acedido em 02 de Novembro de 2011.

CITE – Comissão para a Igualdade no trabalho e no Emprego (2008). *Valor do Trabalho e igualdade de Género: guia para a aplicação de uma metodologia de avaliação do valor do trabalho sem enviesamento de género*. Disponível em: www.cite.gov.pt. Acedido em: 23 de fevereiro de 2012.

Collier, E., (2007). *Um Perfil das Relações de Género: para a igualdade de género em Moçambique, Edição Actualizada de 2006*. ASDI, trad. Ernesto Chamo. Disponível em: www.sida.se/publications. Acedido em: 02 de janeiro de 2012.

Collins, D. & Tisdell, C., (2002) *Gender and Differences in Travel Life Cycles*. Journal of Travel Research 41; 133. Disponível em: www.jtr.sagepub.com. Acedido em: 12 de novembro de 2011.

Comissão Europeia (2009). *Delimitations of rural areas in Europe using criteria of population density, remoteness and land cover*. Luxembourg.

Conclusões do Seminário Gentour – Gender in Tourism (2010). *As questões de género (sexo) no sector do turismo: Um 'problema' de igualdade ou de novas oportunidades de crescimento para o sector?* Conclusões do seminário no âmbito do projeto Gentour, 27 de Setembro, Universidade de Aveiro.

Conclusões do Seminário Gentour – Gender in Tourism (2011). *Novas forças económicas e sociais para vencer a crise: a questão do género no sector do turismo*. Gender in Tourism, Conclusões do Workshop, 27 Abril, Universidade de Aveiro.

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhitll, S. (2008). *Tourism: principles and practice*. 4 th ed, British library.

Cordeiro Filho, J. & Batista, S. (2010). *Turismo na Terceira Idade: demanda entre os usuários do parque municipal do idoso em Manaus*. Revista Eletrônica Aboré, Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo Manaus, Edição 05 Dez. ISSN 1980-6930 118. Disponível em: www.revistas.uea.edu.br. Acedido em: 11 de março de 2012.

Costa, C. (2005). *Turismo e Cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000)*. Análise social, vol. XL (175), 279-295.

Costa, H. (2012). *Women in Brazil with higher education in tourism: preliminary results of the Gentour project*. Trabalho apresentado no seminário do projeto Gentour – Gender in Tourism, Issues: implications for leisure and tourism, março, Aveiro.

Costa, J. (2007). *Trabalhadores de Verão: políticas públicas, turismo e emprego no litoral potiguar*. Dissertação de Mestrado Apresentada a Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.

Costa, M. (2006). *Turismo Sustentável nas Margens do Tejo: Estudo de Aptidão Apoiado por um Sistema de Informação Geográfica*. Dissertação de mestrado apresentada ao Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação da Universidade de Lisboa.

Crompton, J. L. (1979). *Motivations for pleasure vacation*. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.

Crosby, A. & Morera, A. (1996). *Elementos Básicos Para Un Turismo Sostenible En Las Areas Naturales*. Madrid, Espanha. Ed. CEFAT.

Cruz, L. (2007). *Turismo como estratégia integradora dos recursos locais: o caso da NUT III Minho-Lima*. Tese de Doutoramento apresentada à Universidade do Minho, Braga. XXXVIII (168), 687-714.

Cruz, V. & Cadima, J. (2009). *Gestão e promoção do Minho-Lima enquanto destino turístico: a visão dos operadores turísticos*. Trabalho apresentado no 1º Congresso de Desenvolvimento Regional, Cabo Verde, pp. 1463-1488. Disponível em: www.apdr.pt. Acedido em: 20 de outubro de 2011.

Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa, Editorial Verbo.

Cunha, L. (2010). *A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário*. Repositório Científico Lusófona – Recil. Disponível em: <http://recil.Grupolusofona.pt>. Acedido em: 10 de março de 2011.

Dal'Ingna, C. (2007). *Desempenho escolar de meninos e meninas: há diferença?* Educação em Revista, vol.0, n. 46, pps, 241-267.

Decreto – Lei N.º 256/86. *Diário da república*. Disponível em: www.dre.pt. Acedido em: 11 de março de 2010.

Decreto Regulamentar n.º 14/78. *Diário da república*. Disponível em: www.dre.pt. Acedido em: 11 de março de 2010.

Decreto-Lei n.º 54/2002. *Diário da República*. 1.ª Série, N.º 48. Disponível em: www.dre.pt. Acedido em: 11 de março de 2010.

Decreto-Lei n.º. 39/2008 de 7 de março. N.º. 1. *Diário da República*. 1.ª Série, N.º 48.

DGT, (2006). *Conhecimento do Sector, Ordenamento do Território*. Direção Geral do Turismo Disponível em: www.dgturismo.pt. Acedido em: 11 de março de 2010.

Dias, R. & Aguiar, M. (2002) *Fundamentos do Turismo*. Editora Alínea, Campinas, São Paulo.

Dieguez-Castrillon, M., Gueimonde-Canto, A., Sinde-Cantorna, A. & Lidia Blanco-Cerradelo, L. (2012) *Turismo rural, empreendedorismo e gênero: um estudo de caso na comunidade autónoma da Galiza*. *Revista de Economia e Sociologia Rural* (versão online), vol.50, n.2, pp. 371-381. Disponível em: www.scielo.br. Acedido em: 15 de setembro de 2012.

Dutra, V. Senna, M. & Ferreira, M. (2008). *Caracterização do perfil e da qualidade da experiência dos visitantes no Parque Estadual do Jalapão, Tocantins*. Caderno Virtual de Turismo, vol 8, Nº 1, pp. 104-117. Disponível em: www.ivt-rj.net. Acedido em 06 de novembro de 2011.

Eagly, A. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ, Erlbaum.

Eusébio, A. (2006). *Avaliação dos impactes económicos do turismo a nível regional: o caso da região centro de Portugal*. Tese de doutoramento apresentada à universidade de Aveiro.

Figueiredo, E. (2003). *Um rural para viver, outro para visitar: o ambiente nas estratégias de desenvolvimento para as áreas rurais*. Tese de doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro.

Firmino, M. (2008) *A oferta das empresas e a competitividade dos destinos turísticos*. Economia Global e Gestão, vol.13, no.1, Lisboa. Disponível em: www.scielo.Oces.mcte.s.pt. Acedido em: 01 de fevereiro de 2010.

Garcia- Ramon, M. Canoves, G. & Valdovinos, N. (1995). *Farm tourism, gender and the environment in Spain*. Annals of Tourism Research 22(2):267-282.

Graburn, N. & Jafari, J. (1991). *Introduction: Tourism Social Science*. Especial issue of Annals of Tourism Research, 18 (1): 1-25.

Gray, P. (1970). *International Travel: International Trade*. Lexington Heath, Lexington Books.

Grossi, M.(2010). *Identidade de Género e Sexualidade*. Antropologia em Primeira Mão. Florianópolis, p. 1-18.

Gunn, C. A. (1994), *Tourism Planning*. Taylor and Francis, 3ª edição, Nova Iorque.

Hill, M. e Hill, A. (2005). *Investigação por questionário*. 2ª edição, Edições Silabo, Lisboa.

Howie, F. (2003) *Managing the Tourist Destination*. Continuum: London.

IESE- Instituto de Estudos de Sociologia e Economia, (2008). *Estudo de Caracterização do Turismo em Espaço Rural do Turismo de Natureza de Portugal*. Estudo promovido pela Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural.

Ignarra, L. (1999). *Fundamentos do Turismo*, Editora Pioneira, São Paulo.

INE – Instituto Nacional de Estatística, (2012). *Estatísticas no Feminino: ser mulher em Portugal 2001 – 2011*. Destaque – informação à comunicação social, 7 de março.

INE- Instituto Nacional de Estatísticas. (2011) *Censos: dados estatísticos*. Disponível em: www.ine.pt. Acedido em 07 de abril de 2012.

Jesus, L.; Kastenholz, E. & Figueiredo, E. (2008). *A oferta do turismo no espaço rural: estudo de caso da região Dão-Lafões*. Comunicação apresentada no VII Colóquio Ibérico de Estudos Rurais – CIER, 23-25 de outubro.

Kastenholz, E. (2003). *A gestão da procura turística como instrumento estratégico no desenvolvimento de destinos rurais*. In Orlando Simões & Artur Cristóvão (orgs.), *TERN: Turismo em Espaços Rurais e Naturais*. Coimbra, Instituto Politécnico de Coimbra, p. 203-216.

Kelly, J. & Hartlyn, R. (2006). *Diferenças de gênero na República Dominicana, 1994-2004: dois passos à frente, um passo para trás?* Opinião Pública, Campinas, vol. 12, nº 2, p. 241-276.

Kim, C.; Choi, K.; Dwyer, L.; Faulkner, B.; Mellor, R. & Livaic, Z. (2001), *Destination Competitiveness: Development of a Model with Application to Australia and the Republic of Korea*. Department of Industry Science and Resources, The Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Korea, the Korea Tourism Research Institute, the CRC for Sustainable Tourism, The National Center for Tourism and the Australia-Korea Foundation, October.

Kotler, P. (2000). *Administração de Marketing*. 10ª Edição, 7ª reimpressão, tradução Bazán Tecnologia e Linguística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall.

Krippendorff, J. (1987). *The Holiday Makers*. Butterworth Heinemann: Oxford.

Lage, B. & Milone, P., (2000). *Turismo: teoria e prática*. Atlas, São Paulo.

Leal, C. (2001), *O turismo rural e a União Europeia, uma realidade em expansão*. Livraria Almedina, Coimbra.

Leiper, N. (2004). *Tourism Management* (3rd ed.). Frenchs Forest: Pearson.

Lima, I. & Matias, M. (1999). *A cultura no contexto do turismo no espaço rural brasileiro*. IN: *Congresso Brasileiro de Turismo Rural: Turismo no Espaço Rural Brasileiro*, FEALQ, Piracicaba, pp. 99-112.

Louro, G. (1997). *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós estruturalista*. 7ª edição, Vozes, Petrópolis.

Lunardi, R., Almeida, J., Souza, M. (2008). *Turismo Rural e diversificação do Espaço Rural: reflexos do trabalho da mulher na atividade turística na região dos Campos de Cima da Serra, Estado do Rio Grande do Sul, Brasil*. Comunicação apresentada no Colóquio Ibérico de Estudos Rurais, 23 a 25 de Outubro, Coimbra.

Maccannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Nova Iorque, Schocken Books.

- Maniere, G., (2008). *Perfil dos Praticantes de Caminhadas Ecológicas: um estudo exploratório-descritivo*. Trabalho de conclusão de curso apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Marcelino, N., (2000). *Estudos do Lazer: uma introdução*. 2ª ed., Autores Associados Campinas, SP.
- Martinez, L. & Ferreira, A. (2008). *Análises de Dados com SPSS: primeiros passos*. 3ª edição, Escolar Editora, Lisboa.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982), *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow, Longman.
- Mcintosh, R. W. & Goeldner, C. R. (1986), *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*. John Wiley, 5.ª edição, New York.
- Mead, M., (2009). *Sexo e Temperamento*. Tradução de Rosa Krausz, Perspectiva, São Paulo.
- Mendes, A. (2000). *Possibilidade e Práticas do Turismo na Velhice*. Monografia de Conclusão de Curso, apresentada ao Centro Universitário Salesiano, Centro Unisal, São Paulo.
- Meng, F. & Uysal, M. (2008). *Effects of Gender Differences on Perceptions of Destination Attributes, Motivations, and Travel Values: An Examination of a Nature-Based Resort Destination*. Journal of Sustainable Tourism, Vol. 16, Nº. 4, p. 445- 466.
- Mesquita, A. (2010). *O Turismo em Espaço Rural na Região de Trás-os-Montes: uma contribuição para o estudo da oferta e dos promotores*. Trabalho apresentado no IV Congresso de Estudos Rurais: múltiplos olhares, múltiplos futuros, Aveiro, 4 a 6 de fevereiro de 2010.
- Meyer, D. (1996). *Do poder ao gênero: uma articulação teórico analítica*. In: Lopes, M., Meyer, D., Waldov, V. *Gênero e saúde*. Porto Alegre: Artmed, 1996, p. 41-54.
- Middleton, V. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* 3th edition. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Mill, R. C. & Morrison, A. M. (1992), *The Tourism System: An Introductory Text*, Nova Jersey, Prentice-Hall International Inc.
- Ministério da Agricultura Mar, Ambiente e ordenamento do Território; Direção Regional de Agricultura e Pesca do Norte (2008-2012).
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. Nova Iorque, Methuen.
- Neves, A., Magalhães, A. & Relvas, S. (2001): *A Competitividade das Áreas Rurais – uma abordagem na perspectiva das estratégias de Marketing*. Apresentado no 1º Congresso de Estudos Rurais, Ambientes e Usos do Território, Vila Real.

- Nogueira, V. (2006). *Relações de gênero e agroturismo: um estudo sobre a prática feminina do agroturismo e a sua (des) valorização social*. Trabalho apresentado no VIII Congresso Latino Americano de Sociologia Rural, 20-24 de novembro, Quito, Equador. Disponível em: www.rimisp.org. Acedido em: 11 de dezembro de 2011.
- Nucci, M. (2010). *O sexo do Cérebro: uma análise sobre gênero e ciência*. Centro Latino-americano em Sexualidade e Direitos Humanos – CLAM.
- OCDE, (2005). *The state of rural policy*. OECD, Paris.
- OCDE. (1994). *Tourism Strategies and Rural Development*. Paris, Organisation for Economic Co-operation and Development. Disponível em: www.oecd.org. Acedido em: 9 de março de 2012.
- OCDE. (2012). *Gender: Only one in ten board members of top companies are women, finds OECD*, 5 de maio. Organization for Economic Co-operation and Development. Disponível em: www.oecd.org. Acedido em: 9 de março de 2012.
- O'Halloran, M. Cook, S.; Sbragi, A.; Buchanan, L. (2000). *Rural tourism in Australia: the visitor's perspective*. Bureau of Tourism Research, Canberra.
- Oliveira, S. & Moura, C. (2003). *O turismo como vetor do desenvolvimento*. FEALQ Piracicaba.
- OMT (1995). *Concepts, definitions and classifications for tourism statistics*. Madrid: Organização Mundial de Turismo OMT.
- ONU & OMT. (1994). *Recommendations on Tourism Statistics*. New York, Organização das Nações Unidas, Organização Mundial do Turismo.
- Oxinalde, Miguel del. R. (1994). *Ecoturismo: nuevas formas de turismo en el espacio rural*, Bosch Casa Editorial, Barcelona.
- Page, S. J. & Getz, D. (eds) (1997) *The Business of Rural Tourism: International Perspectives*, Thomson Learning, London.
- Paixão, G.; Santos, S. & Ramos, P. (2008). *Percepções das Diferenças de Gênero entre Adolescentes do Município de Juazeiro-BA*. UDESC em Ação, Vol.2. N. 1, ISSN: 1982-7776. Disponível em: www.udesc.br. Acedido em: 10 de março de 2012.
- PENT (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo. Para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. Ministério da Economia e Inovação.
- Peralta, N. & Alencar, E. (2008). *Ecoturismo e Mudança Social na Amazônia Rural: efeitos sobre o papel da mulher e as relações de gênero*. Campos, 9/1, pp. 109-129. Disponível em: www.mamiraua.org.br. Acedido em: 11 de outubro de 2011.
- Perrot, M. (2007). *Minha história das mulheres*. Tradução de Angela M. S. Corrêa, Contexto, São Paulo.

- Poeschl, G.; Múrias, C. & Costa, E. (2004). *Desigualdades sociais e representações das diferenças entre os sexos*. *Análise Social*, vol. XXXIX (171), pp 365-387. Disponível em: www.observatorio-das-desigualdades.cies.iscte.pt. Acedido em: 21 de janeiro de 2012.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. CAB International, Wallingford.
- PROT-NORTE – Plano Regional de Ordenamento do Território do Norte (2007). *Elemento para o Modelo Territorial, Enfoque Sub-Regional: Trás-os-Montes e Alto Douro*.
- Quivy, R., e Campenhoudt, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. 5a edição, (tradução de João Marques, Maria Mendes e Maria Carvalho). Gradiva Publicações Ltda. Lisboa.
- Rheinberg, F. (2000). *Motivation*. Stuttgart, Kohlhammer. ISBN 3-17-016369-8.
- Ritchie, J. & Crouch, G. (2005). *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*, CABI Publishing, Oxon.
- Rosaldo, M. (1974). *Women, Culture, and Society*. In Lamphere, Louise and Michelle Zimbalist Rosaldo, editors. Stanford University Press. Stanford, California.
- Ryan, M.; Henley, N. & Soutar, G. (1998). *Gender differences in tourism destination choice: Implications for tourism marketers*. Australian and New Zealand Marketing Conference, Dunedin, New Zealand. Edith Cowan University Research Online. Disponível em: www.ro.ecu.edu.au. Acedido em: 11 de março de 2012.
- Salvà-Tomàs, P. (2000). *Tourism sector restructure sustainability and territorial perspectives at the beginnings of 21st century*. In *Tourism Sustainability and Territorial Organization*, APDR, pp. 97-112, Coimbra.
- Santana, T. (2000). *O rural como produto turístico: algo de novo brilha sob o sol?* In Serrano, Célia; Bruhns, Heloisa Torini; Luchiari, Maria Tereza. *Olhares Contemporâneos do Turismo*. Papirus, Campinas, SP.
- Santos, C. & Campos, A. (2009). *Planejamento do Turismo em Espaços Rurais*. VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo- ANPTUR, 10 e 11 de setembro, São Paulo.
- Sayão, D. (2003). *Corpo, poder e dominação: um diálogo com Michele Perrot e Pierre Bourdieu*. *Perspectiva*, Florianópolis, v.21,n.01, p. 121-149, jan/jun. Disponível em: www.perspectiva.ufsc.br. Acedido em: 01 de fevereiro de 2012.
- Scott, J. (1990). *Gênero: uma categoria útil de análise histórica*. In: *Educação e Realidade*. Porto Alegre, julho/ dezembro, pp. 5-22.
- Scott, J. (1994). *A mulher trabalhadora*, In G. Duby e M. Perrot (eds.), *História das Mulheres no Ocidente. O Século XIX*, Porto, Edições Afrontamento, pp. 443-475.

- Sharpley, R., Sharpley, J. (1997). *Rural tourism, an introduction*. London, International Thomson Business Press.
- Silva, C., Halpern, F. & Silva, L. (1999). *Meninas Bem-Comportadas, boas alunas; meninos inteligentes, indisciplinados*. Cadernos de Pesquisa, nº 107, julho, p. 207-225.
- Silva, G. Vilarinho, J. & Dale, C. (1998). *Turismo em Áreas Rurais: Suas Possibilidades e Limitações no Brasil*. In: Almeida J.A; Riedi M.; Froehlich J. M. (orgs). *Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável*. Centro Gráfico, Santa Maria (RS), pp. 11-47.
- Silva, G. Vilarinho, J. & Dale, C. (2000). *Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil*. In: ALMEIDA, J.A.; FROEHLICH, J.M.; RIEDL, M. (Orgs.). *Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável*. Campinas: Papirus, pp. 15-62.
- Silva, L. (2006). *O Turismo em Espaço Rural: Um estudo da Oferta e dos Promotores*. CIES e-working paper nº 16, ISCTE: Lisboa.
- Silva, L. (2007). *A procura do Turismo em Espaço Rural*. Revista Etnográfica do Centro de Estudos de Antropologia Social: 141-163.
- Smith, S. L. J. (1989), *Tourism Analysis: A Handbook*. Harlow, Longman.
- Starr, M. (1992). "Accelerating Innovation". In *Business Horizons*. Jul/Aug. Vol. 35(4).
- Swarbrooke, J. (1996). *Culture, Tourism and Sustainability of Rural Areas in Europe*. In Robinson et al. (1996) *Managing Cultural Resources for the Tourist: Tourism and Culture - Towards the 21st Century*, University of Northumbria, Newcastle, UK.
- Taquette, S.; Vilhena, M. & Paula, M. (2004). *Doenças sexualmente transmissíveis e gênero: um estudo transversal com adolescentes no Rio de Janeiro*. Caderno de Saúde Pública v.20 n.1 Rio de Janeiro, jan./fev. Disponível em: www.scielo.br. Acedido em 12 de março de 2011.
- Turismo de Portugal. (2008). *Turismo no Espaço Rural: a oferta e procura no TER*. Estudos e Planeamento Estratégico. Informação Estatística.
- Umbelino, J. (1998), *Turismo em espaço rural: da utopia à realidade*. In Pintassilgo, J.; Teixeira, M.A. (coord.), *Turismo Horizontes Alternativos*, Edições Colibri, pp. 175-188, Lisboa.
- Vareiro, L. (2007). *Turismo como estratégia integradora dos recursos local: o caso da NUT III Minho-Lima*. Tese de Doutoramento apresentada a Universidade do Minho, Braga, XXXVIII (168), 687-714.
- Vieira, V. Villano, B. & Tubino, M. (2003). *Impacto Ambiental nas Competições de Trekking de Regularidade segundo os seus Praticantes*. The FIEP bulletin, v. 73, n. Special, p. 308-311.

Waechter Junior, D. (2004). *Perfil, Preferências e Motivações da terceira idade em relação a viagens de lazer*. Revista Turismo, edição de abril. Disponível em: www.revistaturismo.com.br. Acedido em: 11 de fevereiro de 2012.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – Operacionalização dos conceitos

(Fonte: Elaboração própria)

Operacionalização dos conceitos para o inquérito por questionário aos turistas/procura no espaço rural.

Hipóteses	Conceitos	Variáveis	Indicadores
1 Existem poucas diferenças de género na procura turística em espaço rural	-Procura turística e diferença de género na procura turística - Motivações e comportamentos da procura turística - Visão da procura sobre relações de trabalho e diferença de género na oferta.	1.Sexo 2.Identificação das atividades praticadas por homens e mulheres. 3.Estado civil 4.Motivações dos turistas para visitar o TER 5.Percepção da procura face as diferenças de género nas oferta	1. Masculino/feminino 2.Comportamento face as atividades praticadas por género. Lista de atividades: <i>Canoagem; Paintball; Jogos tradicionais; Percursos pedestres; TT, 4x4, bicicleta, quadriciclo turísticos, BTT; Percursos culturais; workshops; gastronómicos e de enoturismo; Quinta pedagógica; Passeio a cavalo; passeio de canoa; campos de férias; Aluguer de kayaks, canoas, bicicletas, aulas de equitação; River trekkin; Remo, Vela, Bodyboard, Surf, Windsurf; karting; paintball; tiro com arco; arvorismo; Mergulho; Golfe; Rapel escaladas; Aventura slide; hidrospeed; canyoning; Monumentos</i>

Hipóteses	Conceitos	Variáveis	Indicadores
			<p><i>Históricos/Culturais;Feiras;Eventos; Gastronomia; Artesanatos; Atrativos naturais (Cachoeiras e rios; Montanhas, etc); Espaços livres de lazer.</i></p> <p>2.1 Atividades Individuais (homens/ mulheres). Mesma lista de atividades no indicador 2.</p> <p>2.2 Acompanhados pelo sexo oposto.</p> <p>2.3 Escolha do destino (caso esteja viajando com alguém do sexo oposto, identificar se foi o homem, a mulher ou os dois em conjunto com a família).</p> <p>2.4 Critério para a escolha do destino (ex. avaliação do destino, estrutura, serviços, atividades de lazer, etc.)</p> <p>3. De solteiro a outro.</p> <p>4.Identificar os principais motivos/razões que levam os turistas a viajarem para o TER, (p.e. visitar parentes, negócios, estudos, lazer, busca de ambiente tranquilo, natureza, atividades ofertadas, etc.)</p> <p>5. Diferença do serviço ofertado por homem e por mulher.</p> <p>5.1 Se existe diferença nos serviços, quais são eles (Sim, quais? Não Porquê)</p>

Hipóteses	Conceitos	Variáveis	Indicadores
			5.2 Identifica-se melhor com o serviço prestado por homem ou por mulher.
Hipóteses	Conceitos	Variáveis	Indicadores
2 A atividade turística apresenta poucas barreiras de acesso às mulheres	- Atividade turística -Barreiras de acesso à atividade turística (tendo em conta as diferenças de género)	1.Avaliação do comportamento da procura face às atividades turísticas ofertadas. 2. Identificar qual o grau de barreira existente na oferta	1. Quais tipos de resistências: - Culturais (preconceitos) - Físicas/acesso (estrutura, localização, distância, atividades consideradas radicais, leves ou inacessíveis às condição física, etc.) 1.2 Quais os tipos de flexibilidades: - Culturais (concepção de igualdade de género); - Independência do sexo (se a mulher sente que tem mais liberdade e poder de tomada de decisão sem se preocupar com as imposições da sociedade). 2. Numa escala de (de nenhuma barreira a total barreira)

Hipóteses	Conceitos	Variáveis	Indicadores
3 As atividades praticadas por homens e mulheres em espaço rural apresentam diferenças de acordo com a faixa etária.	Faixa etária	1. Faixa etária 2. Sexo 3. Práticas de atividades turísticas 4. Condições físicas e psicomotoras	1. de 15 > 65 2. Masculino/feminino 3. Identificar as atividades mais procuradas e praticadas de acordo com a faixa etária (lista de atividades já mencionada no indicador 2 da variável da procura.) 3.2. Identificar quais das atividades são consideradas para jovens e para idosos (lista de atividades já mencionada no indicador 2 da variável da procura.) 4. Identificar a existência de limitações físicas/ psicomotoras na prática das atividades entre jovens, adultos e idosos (p.e. algumas atividades exigem muito ou pouco esforço físico em relação a faixa etária);

Operacionalização dos conceitos para o Inquérito por questionário aos proprietários dos meios de hospedagens/oferta do TER

<i>Hipóteses</i>	<i>Conceitos</i>	<i>Variáveis</i>	<i>Indicadores</i>
4 A oferta no espaço rural é pouco diversificada	Oferta turística no espaço rural Relação da qualidade da oferta turística e satisfação da procura	1.Características da oferta no espaço rural 2.Avaliação da relação entre atores realizadores das atividades turísticas e atividades existentes. 3.Percepção dos conhecimentos e habilitações na área da oferta turística face a qualidade e segurança dos serviços ofertados. 4.Perfil dos Proprietários: 4.1 Faixa etária 4.2 Sexo 4.3 Rendimento salarial	1.Meios de hospedagens; 1.1 Classificação Turismo de Aldeia; Turismo de Habitação; Turismo Rural; Agroturismo; Casas de Campo; Parque de Campismo Rural; Hotel Rural; Não é (são) Classificada (s); Outro. 1.2.Características dos meios de hospedagens. Quantas casas o proprietário possui; quantos quartos, banheiro, sala de estar, cozinha cada casa possuem e se possui; lareira, kitchenette; jardim/quintal; barbecue; produtos pra pequeno-almoço; roupas de cama e banho; aceitação de animais; estacionamento; aquecimento central; outros/quais. 1.3.Tipos de atividades ofertadas. (a opção é marcada de acordo com a atividade existente na localidade. A lista de atividades já foi mencionada no indicador 2 na parte da procura). 1.4. Identificar se na percepção dos proprietários, a oferta é pouco diversificada. (se existe ou não necessidade de

<i>Hipóteses</i>	Conceitos	Variáveis	Indicadores
		4.4 Tempo de trabalho na oferta turística.	<p>diversificação das atividades ofertadas)</p> <p>2.Quem são as pessoas que realizam as atividades. (Proprietários, empresa especializada, qualquer pessoa sem conhecimentos na área, parceria com empresas).</p> <p>2.1. Cargo que ocupa: patrão, trabalhador por conta própria, trabalhador por conta de outrem, trabalhador familiar não remunerado, outra situação.</p> <p>3. Identificar se existe ou não formação relativamente ao trabalho desempenhado (p.e. guia de turismo, animação turística, prática e conhecimento no manuseio dos equipamentos utilizados nas atividades de esportes radicais; atendimento ao público, etc.)</p> <p>3.1. Nível de escolaridade já concluído; 1º Ciclo; 2º Ciclo; 3º Ciclo; Secundário; Superior; Pós Graduação; Outro/ Qual?</p> <p>4.</p> <p>4.1 De 19 a > 65</p> <p>4.2 Masculino/feminino</p>

<i>Hipóteses</i>	<i>Conceitos</i>	<i>Variáveis</i>	<i>Indicadores</i>
			4.3 De 500€ a > 5000€ 4.4 Entre <de 1 ano e> de 5 anos
<i>Hipóteses</i>	<i>Conceitos</i>	<i>Variáveis</i>	<i>Indicadores</i>
5Contudo, a oferta turística da região está mais inclinada para o público masculino	Público masculino	1.Sexo 2.Percepção dos atores que compõem a oferta relativamente as atividades ofertadas; 3.Relação entre atividades ofertadas e diferenças de género na procura	1. Masculino/feminino 2. Identificar se na opinião dos proprietários: 2.1. A oferta está inclinada mais para homens, mais para mulheres ou de igual forma para os dois sexos. A resposta está de concordo completamente a discordo completamente. 2.2. Se existem atividades que são mais procuradas por homens e por mulheres quando estão sozinhos, acompanhados pelo sexo oposto (lista de atividades mencionada no indicador 2 na parte da procura). 3. Relacionados ao indicador anterior.

APÊNDICE 2 – Questionário aplicado aos turistas (em português)

Questionário

Nº do questionário: _____ (Não preencher) Data: ____/____/____ Local: _____

Objetivos do Questionário:

Este questionário tem como objetivo estudar as diferenças de género na procura turística no espaço rural. O estudo está a ser realizado para uma dissertação de Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro. A sua colaboração, através do preenchimento deste questionário é imprescindível à realização dessa dissertação. Por favor, leia todas as indicações dadas em cada questão e indique suas respostas nos espaços disponíveis. O questionário é anónimo, portanto, suas respostas serão confidenciais. **NÃO ESCREVER SEU NOME EM PARTE ALGUMA DO QUESTIONÁRIO.**

Agradeço a colaboração!

Helene Pimenta (Universidade de Aveiro) Correio electrónico: helanepimenta@hotmail.com

Dados Sócio-Demográficos do Hóspede/Turista

1. **Sexo:** Masculino ☐ Feminino ☐
2. **País de Residência:** Portugal ☐ Concelho _____ Outro País: ☐ Qual? _____
3. **Vive numa área urbana ou rural?** Urbana ☐ Rural ☐
4. **Estado Civil:** Solteiro(a) ☐ Casado(a) ☐ União de Fato ☐ Divorciado(a) ☐ Viúvo(a) ☐ Outro ☐ Qual? _____
5. **Faixa Etária:** 15 e 25 ☐ 26 e 35 ☐ 36 e 45 ☐ 46 e 55 ☐ 56 e 65 ☐ Mais de 65 ☐
6. **Nível de ensino já concluído:** 1º Ciclo ☐ 2º Ciclo ☐ 3º Ciclo ☐ Secundário ☐ Superior ☐ Pós Graduação ☐ Outro ☐ Qual? _____
7. **Situação Profissional Atual:** Empregado ☐ Desempregado ☐ Estudante ☐ Doméstica ☐ Reformado ☐ Outro Qual? _____
8. **Profissão Atual ou última** (no caso de estar reformado)? _____
9. **Qual o valor médio do rendimento líquido mensal do seu agregado familiar?**
 [0 – 499€] ☐ [500€ - 999€] ☐ [1000€ - 1999€] ☐ [2000€ - 3999€] ☐ [4000€ - 5999€] ☐
 [6000€ - 7999€] ☐ 8000€ ou + ☐

Relações de Género e Procura Turística em Espaço Rural

10. **Qual o principal critério para a escolha do destino turístico?** (Assinale apenas uma opção).
 Localidade/região em geral ☐ Serviços ofertados ☐ Atividades de lazer ☐ Segurança ☐
 Nenhum critério ☐ Outro ☐ Qual? _____
11. **Qual o motivo de sua visita a esta localidade/região?** (Assinale apenas uma opção).
 Lazer ☐ Férias ☐ Estudo ☐ Visitar parentes e amigos ☐ Negócio ☐ Busca de ambiente tranquilo ☐ Atividades ofertadas ☐ Natureza ☐ Outros ☐ Quais _____
12. **Está viajando**
 Sozinho(a) ☐ Em família ☐ Com amigos ☐ Com cônjuge ☐ Outro ☐ Quem? _____
Se a resposta da questão 12 foi SOZINHO, passe para a questão 14
13. **Escolheu o destino de viagem?** (Assinale apenas a opção principal)
 Sozinho(a) ☐ Em conjunto com a família ☐ Cônjuge ☐ Amigos ☐ Outro ☐ Qual? _____

1

14. Na sua opinião, existe necessidade de diversificação na oferta das atividades turísticas no espaço rural?

SIM ☐ Quais? _____
 NÃO ☐ Porquê? _____

15. Existe alguma diferença quando os serviços relacionados com a atividade turística são oferecidos por homens ou por mulheres?

SIM ☐ Quais e Porquê? _____
 NÃO ☐ Porquê? _____

16. De acordo com as atividades disponíveis no estabelecimento turístico, na localidade e na região quais já praticou ou gostaria de praticar? (Marque um X somente nas atividades que correspondem a sua resposta, pode escolher mais de uma opção)

Atividades	Já praticou	Gostaria de praticar
4x4		
Aluguer de kayaks Canoas, bicicletas,		
Artesanatos		
Arvorismo		
Atrativos naturais		
Aulas de equitação		
Aventura slide		
BTT		
Canoagem		
Canyoning		
Escaladas		
Espaços livres de lazer		
Eventos		
Feiras		
Gastronomia		
Golfe		
Hidrospeed		
Jogos tradicionais		
Karting		
Mergulho		
Monumentos Históricos/Culturais		
Paintball		
Passeio a cavalo		
Passeio de bicicleta		
Passeio de canoa		
Percursos pedestres		
Quadriciclo turísticos		
Rapel		
Remo, Vela, Body board, Surf, Windsurf		
River Trekkin		
Tiro com arco		
SPA		
Tratamento de bem-estar		
TT		
Workshops gastronómicos e de enoturismo		

17. Na sua opinião, quais são as atividades mais adequadas para homens, as mais adequadas para mulheres e as que são adequadas tanto para homens quanto para mulheres? (Marque um X em cada uma das atividades que corresponde a sua resposta)

Atividades	Adequadas para homens	Adequadas para mulheres	Adequadas para homens e Mulheres
4x4			
Aluguer de kayaks Canoas, bicicletas.			
Artesanatos			
Arvorismo			
Atrativos naturais			
Aulas de equitação			
Aventura slide			
BTT			
Canoagem			
Canyoning			
Escaladas			
Espaços livres de lazer			
Eventos			
Feiras			
Gastronomia			
Golfe			
Hidrospeed			
Jogos tradicionais			
Karting			
Mergulho			
Monumentos Históricos/Culturais			
Paintball			
Passeio a cavalo			
Passeio de bicicleta			
Passeio de canoa			
Percursos pedestres			
Quadriciclos turísticos			
Rapel			
Remo, Vela, Bodyboard, Surf, Windsurf			
River Trekkin			
Tiro com arco			
TT			
SPA			
Tratamento de bem-estar			
Workshops gastronómicos e de enoturismo			

18. Na sua opinião, quais das opções abaixo impedem ou facilitam o acesso à prática das atividades turísticas? (Marque um X em cada uma das opções que correspondem à sua resposta)

	Impede	Facilita	Indiferente
Distância e localização			
Atividades turísticas radicam			
Poucas condições físicas/psicomotoras para a prática de algumas atividades			
Preconceitos (medo do que as pessoas irão pensar ao praticar algumas atividades turísticas)			
Atividades consideradas pela sociedade como masculinas			
As atividades são iguais para homens e mulheres			

19. Na sua opinião, quais as atividades que podem ser mais adequadas para jovens e as atividades que podem ser mais adequadas para adultos? (Marque um X em cada atividade correspondente à sua resposta)

Atividades	Jovens	Adultos
4x4		
Aluguer de kayak,s Canoas, bicicletas.		
Artesanatos		
Arvorismo		
Atrativos naturais		
Aulas de equitação		
Aventura slide		
BTT		
Canoagem		
Canyoning		
Escaladas		
Espaços livres de lazer		
Eventos		
Feiras		
Gastronomia		
Golfe		
Hidrospeed		
Jogos tradicionais		
Karting		
Mergulho		
Monumentos Históricos/Culturais		
Paintball		
Passeio a cavalo		
Passeio de bicicleta		
Passeio de canoa		
Percursos <i>pedestres</i>		
quadriciclo turísticos		
Rapel		
Remo, Vela, Bodyboard, Surf, Windsurf		
River Trekkin		
Tiro com arco		
TT		
SPA		
Tratamento de bem-estar		
Workshops gastronómicos e de enoturismo		

20. Sente alguma limitação física e/ou psicomotora para a prática das atividades turísticas?

Não ☐ Sim ☐ Quais? _____

21. Em quais atividades turísticas sente-se mais limitado(a)? _____

Muito obrigada pela sua colaboração!
Helane Pimenta

APÊNDICE 3 – Questionário aplicado aos turistas (em inglês)

Questionário

Nº do questionário: _____ (Não preencher) Data: ____ / ____ / ____ Local: _____

Objetivos do Questionário:

This survey aims to study gender differences in tourism demand in rural areas. The study is being conducted for a dissertation for a Master in Tourism Management and Planning in the University of Aveiro. Their collaboration, by completing this questionnaire is essential to achieving this dissertation. Please read all information provided in each question and indicate your answers in the spaces available. The questionnaire is anonymous, so their responses will be confidential. DO NOT WRITE YOUR NAME IN ANY PART OF THE QUESTIONNAIRE.

Thank you for your cooperation!

Helane _____ (University of Aveiro) E-mail: helanepimenta@hotmail.com

Socio Demographic Data of the Visitant/Tourist

1. **Gender:** Male ☐ Female ☐
2. **Country of Residence:** Portugal ☐ Region _____ Another Country: ☐ What? _____.
3. **You live in an urban or rural area?** Urban ☐ Rural ☐
4. **Civil status:** Single ☐ Married ☐ Common-law marriage ☐ Divorced ☐ Widower ☐ Other ☐ What? _____
5. **Age group:** 15 e 25 ☐ 26 e 35 ☐ 36 e 45 ☐ 46 e 55 ☐ 56 e 65 ☐ Over 65 ☐
6. **Level of education already completed:** 1º Ciclo ☐ 2º Ciclo ☐ 3º Ciclo ☐ Secondary ☐ Higher education ☐ Postgraduate ☐ Other ☐ What? _____
7. **Professional status:** Employee ☐ Unemployed ☐ Student ☐ Domestic ☐ Retired ☐ Other ☐ What? _____
8. **Current or lat job** (in the case of being retired)? _____
9. **What is the average monthly income of your household?**
 [0 – 499€] ☐ [500€ - 999€] ☐ [1000€ - 1999€] ☐ [2000€ - 3999€] ☐ [4000€ - 5999€] ☐
 [6000€ - 7999€] ☐ 8000€ ou + ☐

Gender Relations and Tourism Demand in Rural Area

10. **What is the main criterion for choosing a destination?** (Tick only one option).
 Locality/region in general ☐ Activities offered ☐ Activities leisure ☐ Security ☐ No criterion of choice ☐ Other ☐ What? _____
11. **What is the reason for you visit to this city/region?** (Tick only one option).
 Leisure ☐ Vacacion ☐ Study ☐ Visiting family and friends ☐ Business ☐ Seeking quiet ☐ Activities offered ☐ Nature ☐ Other ☐ What? _____
12. **You are travelling**
 Alone ☐ With family ☐ With family ☐ Com conjuje ☐ Other ☐ What? _____

If your answer to question 11 was ALONE, skip to question 14

13. You chose the destination travel? (Check only the main option)

Alone ☐ With family ☐ With family ☐ Com conjuge ☐ Other ☐ What? _____

14. In your opinion, there is need to diversify the supply of tourist activities in rural areas?

Yes ☐ What? _____

No ☐ Why? _____

15. Is there any difference when the services related to tourism are offered by men or women?

Yes ☐ What? _____

No ☐ Why? _____

16. According to the activities available in the accommodation in the locality and the region which has already practiced or would like to practice? (Mark an X only in activities that match your answer, you can choose more than one option)

Activities	Practiced	I would like to practice
4x4		
Rent a kayak, canoe, bike		
Handicraft		
Canopy		
Natural Atraction		
Riding lesson		
Adventure slide		
MTB		
Canoeing		
Canyoning		
Climbing		
Clearances leisure		
Events		
Fairs		
Gastronomy		
Golf		
Hidrospeed		
Tradicional games		
Karting		
Diving		
Histórical Monuments /Cultural		
Paintball		
Horseback Riding		
Biking		
Canoe		
Pedestrian		
ATV tour		
Rappeling		
Rowing, Sailing, Bodyboarding, Surfing, Windsurfing		
River Trekkin		
Archery		
SPA		
Treatment of well-being		
TT		
Workshops culinary and wine tourism		

17. In your opinion, what are the activities most appropriate for men, the most appropriate for women and those suitable for both men and women? (Mark an X in each of the activities that corresponds to your answer).

Activities	Suitable for men	Suitable for women	Suitable for men and women
4x4			
Rent a kayak, canoe, bike			
Handicraft			
Canopy			
Natural Attraction			
Riding lesson			
Adventure slide			
MTB			
Canoeing			
Canyoning			
Climbing			
Clearances leisure			
Events			
Fairs			
Gastronomy			
Golf			
Hidrospeed			
Tradicional games			
Karting			
Diving			
Histórical Monuments /Cultural			
Paintball			
Horseback Riding			
Biking			
Canoe			
Pedestrian			
ATV tour			
Rappeling			
Rowing, Sailing, Bodyboarding, Surfing, Windsurfing			
River Trekkin			
Archery			
SPA			
Treatment of well-being			
TT			
Workshops culinary and wine tourism			
Other			

18. In your opinion, which of the options below impede or facilitate access to the practice of tourism activities? (Mark an X in each of the activities that corresponds to your answer).

	Impede	Facilita	Indiferente
Distance and location			
Tourist activities radicals			
Few physical / psychomotor skills to practice some activities			
Prejudice (fear of what people will think to practice some tourist activities)			
Activities considered by society as masculine			
The activities are the same for men and women			

19. In your opinion, what activities may be more appropriate for young people and activities that may be more suitable for adults? (Mark an X in each of the activities that corresponds to your answer).

Atividades	young	Adult
4x4		
Rent a kayak, canoe, bike		
handicraft		
Canopy		
Natural Attraction		
Riding lesson		
Adventure slide		
MTB		
Canoeing		
Canyoning		
Climbing		
Clearances leisure		
Events		
Fairs		
Gastronomy		
Golf		
Hidrospeed		
Tradicional games		
Karting		
Diving		
Históricol Monuments /Cultural		
Paintball		
Horseback Riding		
biking		
Canoe		
Pedestrian		
ATV tour		
Rappeling		
Rowing, Sailing, Bodyboarding, Surfing, Windsurfing		
River Trekkin		
Archery		
SPA		
Treatment of well-being		
TT		
Workshops culinary and wine tourism		
Other		

20. Do you feel any physical limitation and / or psychomotor for the practice of tourism activities

No ☐ Yes ☐ What? _____

21. In tourism activities which feels more limited? _____

Thank you for your cooperation!
Helane Pimenta

APÊNDICE 4 – Questionário aplicado aos turistas (em espanhol)

Cuestionario

Nº cuestionario: _____ (no rellenar) Fecha: ____ / ____ / ____ Lugar: _____

Objetivos de la encuesta:

Esta encuesta tiene como objetivo estudiar las diferencias de género en la demanda turística en las zonas rurales. El estudio está siendo llevado a cabo para una tesis de Máster en Dirección y Planificación del Turismo en la Universidad de Aveiro. Su colaboración, por completar este cuestionario es esencial para el logro de esta disertación. Por favor, lea toda la información proporcionada en cada pregunta e indicar sus respuestas en los espacios disponibles. El cuestionario es anónimo, por lo que sus respuestas serán confidenciales. **NO ESCRIBA SU NOMBRE EN CUALQUIER PARTE DEL CUESTIONARIO.**

Gracias por su colaboración!

Helane (Universidade de Aveiro) E-mail: helanepimenta@hotmail.com

Los Datos Sociodemográficos de los Huéspedes / Turistas

1. **Sexo:** Hombre ☐ Mujer ☐
2. **País de Residencia:** Portugal ☐ Concelho _____ Otro País: ☐ ¿Cuál? _____
3. **¿Vive en zona urbana o rural?** Urbano ☐ Rural ☐
4. **Estado civil:** Soltero(a) ☐ Casado(a) ☐ Divorciado ☐ Unión de hecho ☐ Viudo(a) ☐ Otros ☐ ¿Cuál? _____
5. **Edades:** 15 y 25 ☐ 26 y 35 ☐ 36 y 45 ☐ 46 y 55 ☐ 56 y 65 ☐ Más de 65 ☐
6. **El nivel de educación ya ha completado:** 1º Ciclo ☐ 2º Ciclo ☐ Ciclo tercera ☐ Secundaria ☐ Superior ☐ Postgrado ☐ Otros ☐ Qué _____
7. **Situación profesional actual:** Empleado ☐ Desempleado ☐ Estudiante ☐ Retirado ☐ Empleada del hogar ☐ Otro ☐ ¿Cuál? _____
8. **Trabajo actual o anterior (en caso de que se han jubilado):** _____
9. **¿Cuál es el ingreso promedio mensual de su hogar?**
[0 – 490€] ☐ [500€ – 999€] ☐ [1,000€ – 1,999€] ☐ [2,000€ – 3,999€] ☐ [4000€ – 5,999€] ☐
[6,000€ – 7,999€] ☐ 8,000€ ou + ☐

Relaciones de género y la demanda turística en las Zonas Rurales

10. **¿Cuál es el criterio principal para elegir un destino? (Marque sólo una)**
Ciudad / región en general ☐ Servicios que ofrecen ☐ Ocio ☐ Seguridad ☐ No hay criterios ☐ Otros ☐ ¿Cuál? _____
11. **¿Cuál es el motivo de su visita a esta ciudad / región? (Marque sólo una).**
Vacaciones ☐ Ocio ☐ Visita a familiares y amigos ☐ Estudios ☐ Búsqueda de ambiente tranquilo ☐ Actividades de Negocios ☐ Naturaleza ☐ Otros ☐ ¿Cuáles? _____
12. **Está de viaje**
Solo ☐ En la familia ☐ Con los amigos ☐ Con Cónyuge ☐ Otro ☐ ¿Quién? _____
Si su respuesta a la pregunta 11 era solo, vaya a la pregunta 14
13. **Elegido destino de viaje? (Marque sólo una).**

Solo(a) ☐ con el conyugue ☐ Con la familia ☐ Amigos ☐ Otro ☐ ¿Qué? _____

14. En su opinión, existe la necesidad de diversificar la oferta de actividades turísticas en las zonas rurales?

Sí ☐ ¿Qué? _____

No ☐ ¿Por qué? _____

15. ¿Hay alguna diferencia cuando los servicios relacionados con el turismo son ofrecidos por los hombres o las mujeres?

Sí ☐ ¿Qué? _____

No ☐ ¿Por qué? _____

16. De acuerdo con las actividades disponibles en el alojamiento en la localidad y la región que ya ha practicado o le gustaría practicar? (Marque sólo una X en las actividades que corresponden a su respuesta, usted puede elegir más de una opción)

Actividades	Ha praticado	Me gustaría practicar
4x4		
Alquilar un kayak, canoas, bicicletas		
Monumentos		
Dosel		
Atractivos naturales		
Clases de equitación		
Slide aventura		
MTB		
Piragüismo		
Descenso de barrancos		
Escalada		
Espacio de ocio		
Eventos		
Ferias		
Gastronomía		
Golf		
Hidrospeed		
Juegos tradicionales		
Karting		
Bueco		
Monumentos Históricos/Cultural		
Paintball		
Paseo a caballo		
Ciclismo		
Canoa		
Peatonal		
ATV Tour		
Rappel		
Remo, Vela, Bodyboard, Surf, Windsurf		
Río Trekkin		
Tiro al arco		
SPA		
El tratamiento de bienestar		
TT		
Talleres de gastronomía y turismo del vino		

17. En su opinión, ¿cuáles son las actividades más apropiadas para los hombres, el más apropiado para las mujeres y las que son adecuadas tanto para los hombres y las mujeres? (Marque con una X en cada una de las actividades que corresponde a su respuesta).

Actividades	Conveniente para los hombres	Conveniente para mujeres	Conveniente para hombres y Mujeres
4x4			
Alquilar un kayak, canoas, bicicletas			
Monumentos			
Dosel			
Atractivos naturales			
Clases de equitación			
Slide aventura			
MTB			
Piragüismo			
Descenso de barrancos			
Escalada			
Espacio de ocio			
Eventos			
Ferías			
Gastronomía			
Golf			
Hidrospeed			
Juegos tradicionales			
Karting			
Bueco			
Monumentos Históricos/Cultural			
Paintball			
Paseo a caballo			
Ciclismo			
Canoa			
Peatonal			
ATV Tour			
Rappel			
Remo, Vela, Bodyboard, Surf, Windsurf			
Río Trekkin			
Tiro al arco			
SPA			
El tratamiento de bienestar			
TT			
Talleres de gastronomía y turismo del vino			

18. En su opinión, ¿cuál de las siguientes opciones impedir o facilitar el acceso a la práctica de las actividades turísticas? (Marque con una X en cada una de las opciones que responden a su respuesta)

	Evita	Facilita	Indiferente
La distancia y localización			
Actividades radicales			
Pocas habilidades físicas/psicomotriz para la práctica de algunas actividades			
Prejuicio (miedo a lo que la gente va a pensar de practicar algunas actividades turísticas)			
Las actividades son las mismas para hombres y mujeres			
Las actividades son las mismas para hombres y mujeres			

19. En su opinión, cuáles son las actividades las actividades que pueden ser más apropiados para los jóvenes y actividades que puedan ser más adecuados para los adultos? (Marque con una X en cada actividad que corresponde a su respuesta).

Actividades	Joven	Adultos
4x4		
Alquilar un kayak, canoas, bicicletas		
Monumentos		
Dosel		
Atractivos naturales		
Clases de equitación		
Slide aventura		
MTB		
Piragüismo		
Descenso de barrancos		
Escalada		
Espacio de ocio		
Eventos		
Ferías		
Gastronomía		
Golf		
Hidrospeed		
Juegos tradicionales		
Karting		
Bueco		
Monumentos Históricos/Cultural		
Paintball		
Paseo a caballo		
Ciclismo		
Canoa		
Peatonal		
ATV Tour		
Rappel		
Remo, Vela, Bodyboard, Surf, Windsurf		
Río Trekkin		
Tiro al arco		
SPA		
El tratamiento de bienestar		
TT		
Talleres de gastronomía y turismo del vino		

20. ¿Se siente alguna limitación física y / o psicomotriz para la práctica de las actividades turísticas?

Sí ☐ No ☐ ¿Cuál? _____

21. ¿En qué actividades turísticas se sienten más limitado (a)? _____

Gracias por su colaboración! Helane Pimenta

APÊNDICE 5 – Questionário aplicado aos proprietários (oferta)

Questionário

Nº do questionário: _____ (Não preencher) Data: ____ / ____ / ____ Local: _____

Objetivos do Questionário:

Este questionário tem como objectivo estudar a oferta turística face às diferenças na procura turística no espaço rural. O estudo está a ser realizado para uma dissertação de Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro. A sua colaboração, através do preenchimento deste questionário, é imprescindível à realização dessa dissertação. Por favor, leia todas as indicações dadas em cada questão e indique suas respostas nos espaços disponíveis. O questionário é anónimo, portanto, suas respostas serão confidenciais.

Agradeço a colaboração!

Helene Pimenta (Universidade de Aveiro).

Dados da Oferta Turística/ Hospedagem

1. Classificação da(s) casa(s) (Marque um X na opção correspondente à classificação da casa)

Turismo de Aldeia ☐ Turismo de Habitação ☐ Turismo Rural ☐ Agro-Turismo ☐ Casas de Campo ☐
Parque de Campismo Rural ☐ Hotel Rural ☐ Não é (são) Classificada(s) ☐ Outro ☐

2. Características das casas. (Marque um X nos itens que possuem na(s) casa(s) e a quantidade quando pedido).

Características da Casa		
Quantas casas possui (nº)		
Quartos por casa (em média) (nº)	Produtos para preparação do pequeno-almoço	
Sala de estar/jantar	Roupas de cama e banho	
Banheiro (por casa ou quarto) (nº)	Aceitação de animais de estimação	
Lareira	Estacionamento	
Kitchenette	Aquecimento Central	
Jardim/Quintal	Outros.Quais? _____	
Barbecue		

3. Disponibiliza de atividades de animação turística?

NÃO ☐ SIM ☐ (Se sua resposta for **SIM** marque um **X** ao lado de cada atividade existente)

Atividades	
4x4	
Aluguer de kayak,s Canoas, bicicletas.	
Artesanatos	
Arvorismo	
Atrativos naturais	
Aulas de equitação	
Aventura slide	
BTT	
Canoagem	
Canyoning	
Escaladas	

1

Espaços livres de lazer	
Eventos	
Feiras	
Gastronomia	
Golfe	
Hidrospeed	
Jogos tradicionais	
Karting	
Mergulho	
Monumentos Históricos/Culturais	
Paintball	
Passeio a cavalo	
Passeio de bicicleta	
Passeio de canoa	
Percursos pedestres	
quadriciclo turísticos	
Rapel	
Remo, Vela, Bodyboard, Surf, Windsurf	
River Trekkin	
Tiro com arco	
TT	
SPA	
Tratamento de bem-estar	
Workshops gastronômicos e de enoturismo	

4. Se a resposta da questão anterior for SIM, quem realiza as atividades? (se necessário, pode marcar mais de 1 opção).

Proprietário ☐ Parceria com empresa de animação turística ☐ Qualquer pessoa sem conhecimento da atividade ☐ Outro ☐ Qual? _____

5. Na sua opinião, existe necessidade de diversificação na oferta das atividades de animação turística no espaço rural? SIM ☐ Quais? _____ Por quê? _____

NÃO ☐ Por quê? _____

6. Quantos turistas receberam no ano anterior? (marque um X correspondente à sua resposta)

Menor ou igual a 50 ☐ 51 e 99 ☐ 100 e 199 ☐ 200 e 299 ☐ 300 e 399 ☐ Mais de 400 ☐

7. No ano anterior, recebeu mais turistas

Homens ☐ Mulheres ☐ Outro ☐ _____

Dados Sócio Económicos

8. Sexo: Masculino ☐ Feminino ☐

9. Estado Civil: Solteiro(a) ☐ Casado(a) ☐ Divorciado(a) ☐ União de fato ☐ Viúvo(a) ☐ Outro ☐
Qual? _____

10. Faixa Etária: Menor ou igual a 25 ☐ 26 e 35 ☐ 36 e 45 ☐ 46 e 55 ☐ 56 e 65 ☐ Mais de 65 ☐

11. Nível de ensino já concluído: 1º Ciclo ☐ 2º Ciclo ☐ 3º Ciclo ☐ Secundário ☐ Superior ☐ Pós Graduação ☐ Outro ☐ Qual? _____

Se FEZ curso de nível técnico ou superior, qual? _____

12. Possui alguma formação relativamente às atividades de animação turística ofertada aos hóspedes? (marque com um x correspondente à sua resposta, pode ter mais de uma alternativa)

Guia de Turismo ☐ Animação turística ☐ Manuseio dos equipamentos de lazer e esportes radicais ☐
Primeiros Socorros ☐ Outros. Quais? _____

13. Há quanto tempo trabalha na área do turismo?

Entre 0 - 1 ano ☐ 2 - 3 anos ☐ 3 - 4 anos ☐ 4 - 5 anos ☐ mais de 5 anos ☐

14. Qual sua profissão principal? Somente no estabelecimento turístico ☐ Outra

Qual? _____

15. Situação profissional na profissão principal?

Patrão ☐ Trabalhador por conta própria ☐ Trabalhador por conta de outrem ☐

Trabalhador familiar não remunerado ☐ Outra situação ☐ Qual? _____

16. Teve algum tipo de formação técnica na área em que trabalha?

NÃO ☐ SIM ☐ Qual (quais)? _____

17. Qual o valor médio do rendimento líquido mensal do agregado familiar?

0 – 499€ ☐ 500€ - 999€ ☐ 1000€ - 1999€ ☐ 2000€ - 3999€ ☐ 4000€ - 5999€ ☐ 6000€ - 8000€ ☐
acima de 8000€ ☐

18. Quem trabalha no empreendimento?

Sozinho (a) ☐ Familiar ☐ Quem? _____ Funcionário(s) ☐ Quantos e sexo? _____ Outro ☐ Quem? _____

Relações de Género e Oferta Turística em Espaço Rural

19. Na sua opinião, de entre as atividades disponíveis aos hóspedes, quais são as atividades mais praticadas por homens, as mais praticadas por mulheres e as que são praticadas tanto por homens quanto por mulheres. (Marque um X somente nas atividades disponíveis na localidade aos hóspedes).

Atividades	Atividades oferecidas	Praticadas por homens	Praticadas por mulheres	Praticada por homens e Mulheres
4x4				
Aluquer de kayak,s Canoas, bicicletas.				
Artesanatos				
Arvorismo				
Atrativos naturais				
Aulas de equitação				
Aventura slide				
BTT				
Canoagem				
Canyoning				
Escaladas				
Espaços livres de lazer				

3

Eventos				
Feiras				
Gastronomia				
Golfe				
Hidropeed				
Jogos tradicionais				
Karting				
Mergulho				
Monumentos Históricos/Culturais				
Paintball				
Passeio a cavalo				
Passeio de bicicleta				
Passeio de canoa				
Percursos pedestres				
quadriciclo turísticos				
Rapel				
Remo, Vela, Bodyboard, Surf, Windsurf				
River Trekkin				
Tiro com arco				
TT				
SPA				
Tratamento de bem-estar				
Workshops gastronómicos e de enoturismo				
Outros				

20. Na sua percepção, quando os homens e mulheres estão sozinhos, quais atividades praticam? (Marque um X somente nas atividades disponíveis na localidade aos hóspedes).

Atividades	Homens	Mulheres
4x4		
Aluguer de kayak,s Canoas, bicicletas.		
Artesanatos		
Arvorismo		
Atrativos naturais		
Aulas de equitação		
Aventura slide		
BTT		
Canoagem		
Canyoning		
Escaladas		
Espaços livres de lazer		
Eventos		
Feiras		
Gastronomia		
Golfe		
Hidropeed		
Jogos tradicionais		
Karting		
Mergulho		
Monumentos Históricos/Culturais		
Paintball		
Passeio a cavalo		
Passeio de bicicleta		
Passeio de canoa		
Percursos pedestres		
quadriciclo turísticos		
Rapel		

4

Remo, Vela, Bodyboard, Surf, Windsurf		
River Trekkin		
Tiro com arco		
TT		
SPA		
Tratamento de bem-estar		
Workshops gastronómicos e de enoturismo		

Nas questões 16 a 20, assinale com um **X** em cada linha a opção que corresponde à sua opinião (tendo em conta que, quanto mais próximo da sua opinião, deve colocar o **X**)

21. Nos aspectos sobre à procura turística, qual sua opinião?

	Discordo completamente 1	2	3	4	5	6	Concordo completamente 7
As mulheres quando viajam acompanhadas por homens, praticam as mesmas atividades que eles.							
Quando as mulheres viajam sozinhas praticam atividades diferentes.							
Quando acompanhado(a) pelo mesmo sexo optam por praticar atividades que não praticam com o sexo oposto.							
Quando os homens estão sozinhos, praticam atividades diferentes.							

22. Dentre as atividades existentes na localidade e região do Vale do Lima

	Discordo completamente 1	2	3	4	5	6	Concordo completamente 7
As atividades estão mais direcionadas para homens							
As atividades estão mais direcionadas para mulheres							
As atividades estão direcionadas para ambos							
As atividades não estão direcionadas para família com crianças							

23. Já foi relatado por turistas mulheres que as atividades são mais voltadas para o público masculino?

Nunca 1	2	3	4	5	6	Sempre 7

24. As mulheres procuram por algumas atividades que não estão disponíveis na oferta?

Nunca 1	2	3	4	5	6	Sempre 7

Se a resposta é **SEMPRE** ou próximo ao **SEMPRE**, quais são as mais procuradas? _____

25. Se a resposta da questão anterior for diferente de NUNCA. Na sua opinião, qual o motivo das mulheres procurarem por outros tipos de atividades? (Assinale com um **X**, em cada linha, a opção que corresponde à sua opinião, tendo em conta que quanto mais próximo da sua opinião, deve colocar o **X**).

	Discordo completamente 1	2	3	4	5	6	Concordo completamente 7
A oferta é pouco diversificada							
As atividades existentes não atraem as mulheres							
As atividades existentes são muito radicais para as mulheres							
As mulheres preferem relaxar							
As mulheres não gostam das atividades turísticas no espaço rural.							
As mulheres procuram atividades que incluam toda a família.							

Muito obrigada pela sua colaboração! Helane Pimenta

APÊNDICE 6 – Paisagem das aldeias do estudo de caso.



Fonte: Helane Pimenta e Rogério Oliveira (2012).



Fonte: Helane Pimenta e Rogério Oliveira (2012).



Fonte: Helane Pimenta e Rogério Oliveira (2012).

ANEXOS

ANEXO 1 – Página inicial do site da CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural.

CENTER - Central Nacional do Turismo no Espaço Rural

[Login](#)
[Registe-se](#)

Reservas On-Line

Vouchers On-Line






[Página Inicial](#)
[Solares de Portugal](#)
[Aldeias de Portugal](#)
[Casas no Campo](#)
[Mapa do Portal](#)
[Contactos](#)



PERNOITAR
[Solares de Portugal](#)
[Aldeias de Portugal](#)
[Casas no Campo](#)
[Pesquisa](#)
[Reservas On-Line](#)
[Brochura Digital](#)
[Utilizador](#)
[Preços](#)
[Promoções](#)



Solares de Portugal...
Parta à descoberta ...

Visite os **Solares de Portugal** e descubra o melhor do Turismo de Habitação. Primando desde casas de arquitectura erudita e rústica, as **Casas Antigas**, as **Quintas e Herdades** e as **Casas Rústicas** dão a oportunidade de conviver no seio do Património Histórico e Cultural de uma Família Tradicional Portuguesa. Certificados com a ERS 3001 e a "Marca Portugal", os Solares de Portugal são garante da qualidade e autenticidade do Turismo de Habitação.





Estadia em plena natureza...
Aldeias de Portugal...

As **Aldeias de Portugal** propõem a descoberta do Turismo de Aldeia e do Turismo de Natureza. Entre em contacto com as tradições, a gastronomia e a cultura das aldeias. Desfrute, não só de alojamento típico, mas também de paisagens naturais e de um ambiente sereno, aliando o contacto entre o Homem, a Natureza, a Cultura e a Vida quotidiana do mundo rural.



NOVAS
[Notícias](#)
[Editoriais](#)
[Newsletters](#)
[Revista de Imprensa](#)
[Calendário de Eventos](#)
[Registo de Opiniões](#)

Casas no Campo...
Qualidade e Tranquilidade ...

As **Casas no Campo** convidam-no para uma estadia em plena natureza. Mais perto da ruralidade, do encanto do Agroturismo à simplicidade das Casas Rurais, classificadas em Turismo no Espaço Rural, as Casas no Campo são um produto de qualidade, que proporcionam um ambiente natural em perfeita harmonia com a rusticidade dos locais. Refúgios de férias, são sem dúvida sinónimo de beleza e tranquilidade para viver em família longe da agitação das grandes cidades.

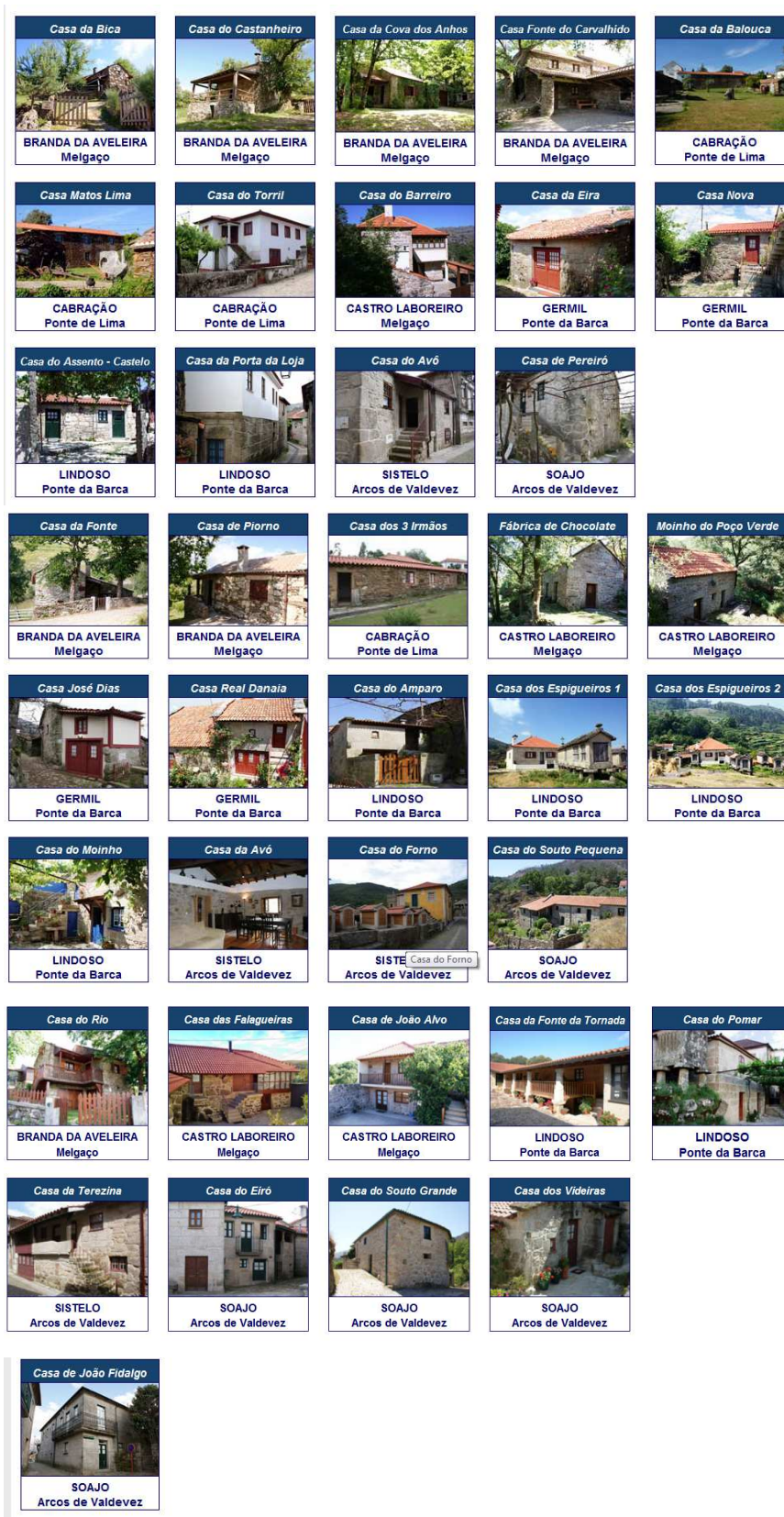


Fonte: Site CENTER (2012).

Diferenças de Género na Procura Turística em Espaço Rural

154

ANEXO 2 – Casas do Caso de estudo comercializadas pela CENTER



Fonte: Site CENTER e Aldeias de Portugal (2012).